

MEMORIAS DEL PRIMER ENCUENTRO NACIONAL DE ECONOMÍA Y FINANZAS



ITSON
Educar para
Trascender

COMPILADORAS
Cecilia Aurora Murillo Félix
Erika Ivett Acosta Mellado

COMPILADORAS:
Cecilia Aurora Murillo Félix
Erika Ivett Acosta Mellado

EDICIÓN LITERARIA:
Carlos Jesús Hinojosa Rodríguez
Alberto Galván Corral
Mauricio López Acosta

TECNOLOGÍA Y DISEÑO:
Milagros Del Rosario Urbalejo Gastelum

GESTIÓN EDITORIAL
Marisela González Román
Oficina de Producción de Obras Literarias y Científicas

Memorias del Primer Encuentro Nacional de Economía y Finanzas, es una obra que contiene los artículos arbitrados generados en el Primer Encuentro Nacional de Economía y Finanzas 2013.



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA
Educar para Trascender

2013, Instituto Tecnológico de Sonora.
5 de Febrero 818 sur, Colonia Centro,
Ciudad Obregón, Sonora, México; 85000
Web: www.itson.mx
Email: rectoria@itson.mx
Teléfono: (644) 410-90-00

Se prohíbe la reproducción total o parcial de la presente obra, así como su comunicación pública, divulgación o transmisión mediante cualquier sistema o método, electrónico o mecánico (incluyendo el fotocopiado, la grabación o cualquier sistema de recuperación y almacenamiento de información), sin consentimiento por escrito del Instituto Tecnológico de Sonora.

Primera edición: Noviembre de 2013

Hecho en México

Cómo citar un artículo de esta memoria. Se muestra ejemplo del artículo I:

Corral I., Galván A. y Murillo C. (2013). Formulación de un modelo de inflación para México, de 1997 a 2012. En Acosta E., Murillo C. (Comp.) Memorias del Primer Encuentro Nacional de Economía y Finanzas (pp. 11-23). México: ITSON.

DIRECTORIO ITSON

Dr. Isidro Roberto Cruz Medina
Rector del Instituto Tecnológico de Sonora

Dr. Jesús Héctor Hernández López
Vicerrector Académico

Mtro. Jaime René Pablos Tavares
Vicerrector Administrativo

Mtro. Misael Marchena Morales
Secretario de Rectoría

Mtro. Daniel Antonio Rendón Chaidez
Director Unidad Navojoa

Mtro. Marco Antonio Hernández Aguirre
Jefe del Departamento Académico Unidad Navojoa

COMITÉ DE ARBITRAJE

Mtro. Aarón Quirós Morales

Mtra. María Marysol Baez Portillo

Mtro. Arturo de la Mora Yocupicio

Mtro. Gilberto M. Córdova Cárdenas

Dr. Carlos Jesús Hinojosa Rodríguez

Mtro. Gonzalo Rodríguez Villanueva

Lic. Cecilia Aurora Murillo Félix

Mtra. Erika Ivett Acosta Mellado

Lic. John Sosa Covarrubias

Mtro. Alberto Galván Corral

Mtra. Irma Guadalupe Esparza
García

Mtro. Luis Carlos Montiel Rodríguez

Mtra. Gilda María Martínez Solano

Mtro. Rubén Varela Campos

Mtra. Imelda Lorena Vázquez
Jiménez

Mtro. Jesús Enrique Sánchez Padilla

Mtra. María Elvira López Parra

Mtro. Mauricio López Acosta

Mtra. Celia Y. Quiroz Campas

Mtra. Lizette Marcela Moncayo
Rodríguez

Mtro. Ricardo Aguirre Choix

Mtro. Roberto Ruiz Pérez

Presentación

Como parte de las actividades de formación extracurricular de los estudiantes del Instituto Tecnológico de Sonora, Unidad Navojoa, el Programa Educativo de Licenciado en Economía y Finanzas, anunció su Primer Encuentro Nacional de Economía y Finanzas 2013, celebrado en el Pueblo Mágico de Álamos, Sonora los días 24, 25 y 26 de abril del año en mención, este evento ha fue dirigido a participantes inmersos en los sistemas empresariales y entornos académicos, a través de la transmisión de conocimientos, estrategias y herramientas practicas con miras a la mejora del desempeño profesional y organizacional.

Así mismo fue un escenario de oportunidades para economistas, financieros, investigadores y académicos de intercambiar sus experiencias a través de la presentación de ponencias, que ayudaron a resolver diferentes interrogantes de investigación, mismas que fueron agrupadas en líneas de generación de investigación y aplicación del conocimiento correspondientes al cuerpo de Gestión Organizacional y Desarrollo Sustentable, entre ellas: Economía, Desarrollo Sustentable, Finanzas Corporativas, Proyectos de Inversión y Mejora Organizacional.

En estas memorias arbitradas, se encuentran incluidas todas las ponencias presentadas en dicho evento, con la finalidad de que usted como lector recupere tales experiencias y las pueda aplicar en su ámbito de desempeño, esperando sean de su agrado, los invitamos a participar en el Segundo Encuentro Nacional de Economía y Finanzas, los días 23, 24 y 25 de abril del año 2014.

Las compiladoras

ÍNDICE

| | |
|--|-----|
| Parte I Economía | 10 |
| Formulación de un modelo de inflación para México, de 1997 a 2012..... | 11 |
| Idalia Guadalupe Corral Montoya, Alberto Galván Corral & Cecilia Aurora Murillo Félix. | |
| Las Reformas y su Impacto en la fuga de Capitales en México..... | 26 |
| Perla Sugay Valenzuela Vega, Albín Manuel Félix Hernández & Cecilia Aurora Murillo Félix. | |
| Investigación de beta convergencia económica entre México y Canadá..... | 43 |
| Guadalupe Rincón & Cecilia Aurora Murillo Félix. | |
| Impacto de tiendas OXXO sobre los abarrotes de Huatabampo, Sonora.. | 58 |
| Ariadna Itzel Alcalá Leyva, Alberto Galván Corral & Arturo de la Mora Yocupicio. | |
| Análisis del desempeño económico sexenal, de Zedillo a Calderón | 69 |
| Olga Michel Beltrán Trasviña, Alberto Galván Corral & Carlos Jesús Hinojosa Rodríguez. | |
| Parte II Desarrollo Sustentable | 81 |
| Diagnóstico del desarrollo ambiental sustentable en las comunidades de Punta de Laguna, Rancho Camargo y Cutantaca de la Comisaría de San Ignacio Cohuirimpo, Municipio de Navojoa, Sonora. Aldo Abraham Silva Páez, Erika Ivett Acosta Mellado & Cecilia Murillo Félix..... | 82 |
| Brigadas Juveniles de Cultura Turística | 99 |
| Guadalupe Isabel Acosta Mitani & Lizette Marcela Moncayo Rodríguez. | |
| Agencia de Publicidad y Mercadotecnia UNIÓN | 116 |
| Ángel de Jesús Quiroz Cervantes & Angelina Olivares Domínguez. | |
| Desarrollo institucional y participativo en las zonas marginadas de la región del Mayo | 130 |
| Gonzalo Arturo Ibarra López, Erika Ivett Acosta Mellado & Cecilia Aurora Murillo Félix. | |

| | |
|--|---------|
| Diagnóstico económico sustentable en las comunidades de Punta de Laguna, Rancho Camargo y Cutantaca, de la Comisaría de San Ignacio, Municipio de Navojoa, Sonora..... | 142 |
| María de los Ángeles Preciado Balandrán, Erika Ivett Mellado Acosta & Cecilia Murillo Félix. | |
| Diagnóstico en comunidades de Punta de Laguna, Rancho Camargo y Cutantaca, de la Comisaria de San Ignacio, Municipio de Navojoa Sonora. | 157 |
| Hiram Ulises Castro Sánchez, Erika Ivett Acosta Mellado & Cecilia Aurora Murillo Félix. | |
| Parte III Finanzas Corporativas..... | 171 |
| Fomento de ahorro en la escuela primaria en el sur del municipio de CAJEME. Gabriela Russo Gómez & Imelda Lorena Vázquez Jiménez | 172 |
| Aplicación de un auto diagnóstico y análisis para detectar aéreas de oportunidad microeconómicas en Mueblería Valdez Baluarte, Álamos, Sonora | 189 |
| Cecilia Guadalupe Vásquez Valdez, Cecilia Aurora Murillo Félix & Julio César Rosas Sierra. | |
| Parte IV Proyectos de Inversión..... | 200 |
| Diagnóstico Turístico del Estero de Moroncarit, Huatabampo, Sonora. Ivette María Espinoza Leyva & John Sosa Cobarrubias..... | 201 |
| Estudio de mercado para la comercialización de salsas. Julia Rocío Hurtado Figueroa, Alberto Galván Corral & Cecilia Aurora Murillo Félix. | 214 |
| Parte V Mejora Organizacional..... | 235 |
| Fomento de Cultura Turística en Escuelas de Educación Primaria en Navojoa, Sonora | 236 |
| Marcela Guadalupe Barajas Franco & Lizette Marcela Moncayo Rodríguez. | |
| Tecnologías de Información y Comunicación en las Pequeñas y Medianas Empresas | 249 |
| Jesús Adrián Ramos Félix & Alma Nidia Cotta Bay. | |

| | |
|---|-----|
| Manual de procedimientos de división cuartos de una empresa de Alojamiento en el municipio de Navojoa | 269 |
| María Laura García Beltrán & Lizette Marcela Moncayo Rodríguez. | |
| Investigación de mercado para la oferta de servicio de bebidas en una empresa de alojamiento en el municipio de Navojoa, Sonora | 284 |
| Ana Gabriela Mendoza Bedolla & Oscar Arturo García Ibarra. | |
| Parte VI Mejora Continua | 297 |
| Implementación del sistema Camban en una empresa maquiladora de arneses. | 298 |
| Hiram Jossue Morales Chavez & Rubén Varela Campas. | |

Parte I

Economía

Formulación de un modelo de inflación para México, de 1997 a 2012
Idalia Guadalupe Corral Montoya, lupita_pia@hotmail.com; Alberto Galván Corral
& Cecilia Aurora Murillo Félix.

Resumen

En este artículo se pretende determinar el papel que juega el dinero en circulación y la tasa CETES a 91 días sobre la inflación en México, mediante la formulación de modelos econométricos para verificar si la teoría monetaria se cumple. El método empleado fue el de Mínimos Cuadrados Ordinarios, las variables se extrajeron del Instituto Nacional de Estadística y Geografía y Banco de México, la muestra comprendió datos mensuales desde enero de 1997 a febrero de 2013. Se concluye que la inflación es un fenómeno que no se puede detener, los esfuerzos se orientan a controlarla. Se recomienda continuar con este tipo de análisis, incluyendo otras variables que incidan en el control de la inflación en México.

Antecedentes

La inflación es un suceso que afecta a todos por igual, porque ocasiona que no se pueda comprar lo mismo que antes ya que los precios aumentan, pero el dinero no. Según Yacaman (1982) la inflación por lo regular genera elevados gastos sociales, entre los que cabe mencionar las alteraciones que se incluyen en el procedimiento del ahorro e inversión, asignar bienes, pérdida de competitividad, los desgastes en la producción y empleo.

Según el Banco de México en los últimos 10 años, sus acciones de política monetaria han logrado que la inflación sea condicionalmente baja y estable. Sin embargo no siempre ha sido así, en momentos la inflación puede salirse de control, basta en recordar que de 1970 a 2000 México experimentó tasas de inflación y tasas de interés altas y fluctuantes. Hacia finales de 1987 la inflación obtuvo niveles de 150% y las tasas de interés se elevaron hasta 180%.

Planteamiento del Problema

En el año 2012 se habló mucho de la alza de precios en algunos productos de la canasta básica que afectaron a la mayoría de la población del país, sobre todo a la de escasos recursos, uno de ellos fue el huevo que básicamente aumento de valor por dos factores de gran importancia; la gripe aviar y el costo de la comida para las gallinas; Otro producto fue el frijol, por lo que su precio se incrementó fue gracias a las grandes sequias que hubo en la mayoría de los Estados de la Republica al igual que las heladas.

Para comprender la inflación es necesario saber que variables influyen en su comportamiento, como el tema de la inflación es muy general y en la teoría existen numerosas variables que la afectan, en el presente trabajo se limitará a las variables del dinero total en circulación en el país y la tasa CETES a 91 días. Por lo anterior se formula la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es el papel que juegan el dinero en circulación y la tasa CETES a 91 días sobre la inflación en México?

Objetivo

Determinar el papel que juega el dinero en circulación y la tasa CETES a 91 días sobre la inflación en México, mediante la formulación de modelos econométricos para verificar si la teoría monetaria se cumple.

Justificación

Es necesario realizar la siguiente investigación ya que la inflación es de gran importancia para la economía, como puede tener efectos positivos también negativos, la cantidad de cosas que se puede comprar con el mismo dinero es cada vez menor; las personas de escasos recursos tiene menos posibilidades de ahorrar su dinero por lo que no recibe intereses a cambio, por último, es más difícil invertir en un negocio porque no es fácil saber cuánto se tiene que gastar para que funcione y cuánto se tiene que cobrar por los productos que se ofrecen. Otro de sus impactos es que si la inflación es elevada el Banco de México no podrá controlar el poder adquisitivo de la moneda, es decir la estabilidad de precios, ya que esto solo se logra si la inflación es baja. Dicho de otra manera, si hay estabilidad de precios la inflación se considera de menor importancia, como auxiliar para tomar cualquier decisión económica, es decir comprar, vender, invertir, ahorrar, exportar, importar, entre otros.

Marco Teórico

Para Barro (1996) la Inflación es el incremento generalizado de los precios de bienes y servicios en un período de tiempo determinado, debido a esto se creó el Índice Nacional de Precios al Consumidor. Éste se conforma de la variación de los precios que consumen en promedio las familias mexicanas.

Según el Banco de México por medio de una encuesta realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía se determina los productos y servicios de consumo de la población, una vez obtenidos los resultados se envían

encuestadores a lo largo del país para una recopilación de los precios de productos y servicios previamente determinados, de esta manera es como se obtiene el INPC. Para determinar la inflación se utilizan 283 tipos de productos que representen el consumo de una familia distribuidos en 46 ciudades en 7 regiones del país, donde cada estado está representado por una ciudad cotizando mensualmente 170 mil precios. Tomando en cuenta esta información es como se determina que rubros tiene mayor importancia en el consumo de las familias agrupándolos en ocho categorías como: alimentos, bebidas y tabaco, ropa, calzado y accesorios, vivienda, muebles, aparatos y accesorios domésticos, salud y cuidado personal, transporte, educación y esparcimiento y otros servicios. Así como también las zonas geográficas de los consumidores, establecimientos de compra y las marcas, presentaciones y modalidades de los productos.

Verna y González (2010) señalan tres tipos de inflación:

- I. Baja o predecible; En esta los precios aumentan lentamente debido a que su tasa es de un dígito por lo tanto se pueden predecir.
- II. Galopante; Las tasas inflacionarias son de dos o tres dígitos.
- III. Hiperinflación; En este tipo de inflación el nivel de las tasas es excesivamente alto.

Los efectos de la inflación intervienen en la eficiencia económica, sobre la producción, empleo, distribución de la renta y comercio internacional. También desajusta los precios provocando incertidumbre en la población. Al disminuir la eficiencia económica se ve reflejado en los niveles de producción, afectando negativamente el empleo como el ahorro. La inflación en cuanto a la distribución

de la renta beneficia al deudor y perjudica al acreedor, en los salarios y pensiones se retrasan hasta que estos estén ajustados al producirse inflación, por último en la redistribución de la renta del sector público y privado. Los efectos internacionales radican en los tipos de cambio depreciando el valor de la moneda en los países con mayores índices inflacionarios, de acuerdo a Fernández(2006).

La Teoría Monetaria, según Ramírez (2004) indica que la economía aparte del dinero se encuentra en función de la población, educación, recursos naturales, capital, tecnología, entre otros, y así como el uso de la moneda afecta la producción, distribución y consumo. Rodríguez (2005) establece que uno de los aportadores a esta teoría es Friedman con la nueva formulación de la teoría cuantitativa clásica, la cual fue desacreditada después de la crisis de 1929. Señaló también como un factor que determinara la caída de dicha teoría a la estabilidad y regularidad de la velocidad del dinero, porque se trató como una velocidad constante al valor numérico a partir de esto se deslinda con una nueva formulación retomando a sus maestros de Chicago.

En 1970 establece once puntos llamados “proposiciones claves del monetarismo” para identificar dicha corriente:

- I. Existe una relación entre la tasa de crecimiento de la cantidad de dinero y la del ingreso nominal.
- II. Dicha relación no es tan evidente por que los cambios en el crecimiento monetario tardan en afectar el ingreso y el tiempo que tarda no es preciso.

- III. De seis a nueve meses es el promedio que tarda en producir un cambio la tasa de crecimiento monetario a la tasa de crecimiento del ingreso nominal.
- IV. Los cambios de la tasa de crecimiento del ingreso nominal se reflejan primero en la producción y después en los precios.
- V. De doce a dieciocho meses es el promedio de la tardanza entre los cambios del crecimiento monetario y la tasa de inflación.
- VI. Tomando en cuenta lo que tarda en el efecto del crecimiento monetario la relación no es perfecta.
- VII. Los cambios monetarios afectan principalmente la producción en el corto plazo y cuando afecta a los precios es en el largo plazo.
- VIII. Con base a lo anterior se puede deducir que la inflación es un fenómeno monetario que es producida por un incremento más rápido de la cantidad de dinero que de la producción.
- IX. El gasto gubernamental será inflacionario si se financia creando dinero, por ejemplo imprimiendo moneda o con depósitos bancarios. Cuando no es inflacionario es cuando se financia de impuestos o préstamos del público es por eso que la política fiscal no tiene una relación relevante con la inflación.
- X. La ampliación monetaria no sólo afecta la tasa de interés de corto plazo sino también a todos los precios de los bienes existentes.
- XI. Cuando el crecimiento monetario al principio es más rápido tiende a bajar las tasas de interés. Pero después a medida que aumenta el gasto e

incremente la inflación de los precios, también produce un aumento en la demanda de los préstamos lo que también incrementa las tasas de interés.

Vásquez (2004) plantea una controversia sobre las causas de la inflación, los monetaristas y estructuralistas, los monetaristas señalan que la inflación se debe a la propagación de la masa monetaria al incrementar la demanda de mercancías que no viene acompañada de la oferta y es cuando hay un aumento de precios. Mientras que los estructuralistas sustentan que la inflación se debe a las estructuras económicas y sociales, mencionando que los factores monetarios no originan la inflación solo la difunden, también señalan que las medidas de política monetaria que limitan la inflación no atacan el mal si no los síntomas.

Fernández (2008) afirma que la política monetaria es una herramienta que es utilizada para influir en el desarrollo económico, radica principalmente para controlar los tipos de interés que influyen en el consumo y la inversión, producción, inflación y empleo.

La política Monetaria son las medidas necesarias que utiliza el Banco de México para controlar la inflación con base a esta información. Díaz (2011) menciona que la política monetaria está encargada de controlar la oferta monetaria que es la cantidad de dinero en circulación y los tipos de interés que manejan los bancos, además del control de la inflación sirve como herramienta para reducir el desempleo, un mayor crecimiento en la tasa de producción y mejora el saldo de la balanza de pagos.

Método

Los datos que se están utilizando para correr el modelo y que será la variable dependiente es la inflación mensual por índice general y por objeto del gasto con periodicidad mensual de enero de 1997 a enero de 2013, con una unidad de medida en forma porcentual, se obtuvo de índice de precios e inflación que proporciona el INEGI.

Una de las variables explicativas o independientes que ayude a comprender el comportamiento de la inflación es la tasa de interés, la que se utilizará para llevar a cabo el modelo es la tasa CETES a 91 días con una unidad de medida de tasas anualizadas, con periodicidad mensual de enero de 1997 a enero de 2013 que se obtuvo la información del Banco de México. Ésta tasa de interés se determinó al realizar una matriz de correlaciones con las demás tasas de interés que eran tasa CETES a 24, 180 y 364 días y la Tasa de Interés Interbancaria a 28 y 91 días respecto a la inflación.

Para el dinero en circulación que es otra variable explicativa se desglosó en agregados monetarios M1, agregados monetarios más activos financieros internos en poder de residentes (M2), agregados monetarios más M2 y activos financieros internos en poder de no residentes (M3), agregados monetarios más M3 y captación de sucursales y agencias de bancos mexicanos en el exterior (M4), que al realizar la matriz de correlaciones queda mejor correlacionada el agregado monetario M2 con cifras en saldos nominales, su unidad de medida está en miles de pesos, con periodicidad mensual de enero de 1997 a enero de 2013 que se obtuvo de monedas y billetes del Banco de México.

Para elaboración del modelo se utilizó el siguiente procedimiento:

1. Elaboración de la matriz de correlaciones de las tasas de interés y los agregados monetarios.
2. Utilizar técnica de mínimos cuadrados analizando las pruebas de T-Student, Fisher y R^2 .
3. Evaluar autocorrelación y heteroscedasticidad.
4. Elaborar un modelo autorregresivo.
5. Evaluar autocorrelación y heteroscedasticidad.
6. Realizar un modelo de Rezago Distribuido Finito.

Teniendo una validez del 95% de confianza para evaluar los coeficientes individualmente, que ofrece el programa de E-Views versión 3.0.

Resultados y Discusión

Se muestra la matriz de correlaciones para determinar que tasa de interés es la que tiene más alta correlación con la inflación, resultando ser la tasa CETES a 91, como se muestra en la tabla no. 1.

Tabla No. 1. Matriz de correlaciones inflación con tasas de interés.

| | | | | | | | |
|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | INFLACION | TIIE24 | TIIE91 | CETES28 | CETES91 | CETES180 | CETES364 |
| INFLACION | 1.000000 | 0.580282 | 0.622314 | 0.624482 | 0.626309 | 0.618424 | 0.612548 |

Fuente: Elaboración propia

Se elabora otra matriz de correlaciones para agregados monetarios, el agregado monetario M2 es el que tiene la correlación más alta, como se aprecia en la tabla no. 2.

Tabla No. 2 Matriz de correlaciones inflación con agregados monetarios.

| | | | | | |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | INFLACION | M1 | M2 | M3 | M4 |
| INFLACION | 1.000000 | -0.439405 | -0.456949 | -0.431076 | -0.427395 |

Fuente: Elaboración propia

Ya que se tienen las variables independientes que ayuden a explicar el comportamiento de la inflación se lleva a cabo la técnica de mínimos cuadrados y se evalúa T-Student, Fisher y el coeficiente de determinación (R^2). Al realizar esta técnica el coeficiente de agregados monetarios no se acepta porque su probabilidad es mayor a 0.05, en cambio el de la tasa CETES a 91 días se rechaza su probabilidad y se acepta su coeficiente.

El valor de sus coeficientes en conjunto es aceptable, pero el coeficiente de determinación no es relevante ya que su nivel de significancia es solo de 46.3632%, como pueden corroborar en la tabla no. 3.

Tabla No. 3. Modelo de Inflación con CETES a 91 días y M2

| <u>Variable</u> | <u>Coefficie</u> <u>nt</u> | <u>Std. Error</u> | <u>t-Statistic</u> | <u>Prob.</u> |
|--------------------------------------|-------------------------------|--------------------------|--------------------|--------------|
| C | - | 0.116361 | -1.038834 | 0.3002 |
| | 0.120879 | | | |
| CETES91 | 0.052818 | 0.005215 | 10.12795 | 0.0000 |
| M2 | 2.18E-11 | 1.46E-11 | 1.489396 | 0.1380 |
| <u>Adjusted R-</u> <u>squared</u> | 0.463632 | <u>Prob(F-statistic)</u> | 0.000000 | |

Fuente: Elaboración propia

Una vez formulado el modelo se le realiza la prueba de autocorrelación de orden 1 (ver tabla 4) y la prueba de heteroscedasticidad (tabla 5) detectando que hay presencia de autocorrelación y problemas de heteroscedasticidad.

Tabla No. 4. Prueba de autocorrelación de orden 1.

| | | | |
|---|----------|-------------|---------|
| Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test: | | | |
| Obs*R-squared | 42.59752 | Probability | 0.00000 |
| | | | 0 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla No. 4. Prueba de heteroscedasticidad.

| White Heteroskedasticity Test: | | | |
|--------------------------------|----------|-------------|---------|
| Obs*R-squared | 11.12161 | Probability | 0.04902 |
| | | | 1 |

Fuente: Elaboración propia

El problema de autocorrelación y heteroscedasticidad se arregla haciendo un modelo autorregresivo como se aprecia en la tabla no. 6. Los coeficientes de Cetes a 91 días y el de la inflación rezagada son aceptables pero el de agregados monetarios no por el valor de su probabilidad y el nivel de significancia es irrelevante.

Tabla No. 6. Modelo autorregresivo.

| <u>Variable</u> | <u>Coefficie</u> | <u>Std. Error</u> | <u>t-Statistic</u> | <u>Prob.</u> |
|--------------------|------------------|--------------------------|--------------------|--------------|
| | <u>nt</u> | | | |
| C | - | 0.098428 | -0.811291 | 0.4182 |
| | 0.079854 | | | |
| CETES91 | 0.027950 | 0.005345 | 5.228888 | 0.0000 |
| M2 | 1.47E-11 | 1.24E-11 | 1.188110 | 0.2363 |
| INFLACION(-1) | 0.456103 | 0.059635 | 7.648231 | 0.0000 |
| <u>Adjusted R-</u> | 0.583799 | <u>Prob(F-statistic)</u> | 0.000000 | |
| <u>squared</u> | | | | |

Fuente: Elaboración propia

A ésta misma técnica se le realiza el contraste de H-Durbin detectando una correlación positiva en el modelo. Después se realiza un modelo de rezago distribuido finito para agregados monetarios M2 para ver si cumple con lo propuesto del marco teórico ya mencionado, con un tamaño de rezago igual a 7 y la ecuación de polinomio igual a 2 quedando el modelo final de la siguiente manera que muestra la tabla no. 7.

Tabla No. 7. Modelo de rezago distribuido finito de M2.

| Dependent Variable: INFLACION | | | | | |
|--|-------------|-----------------------|-------------|------------|-------------|
| Method: Least Squares | | | | | |
| Date: 03/29/13 Time: 12:41 | | | | | |
| Sample(adjusted): 1997:08 2013:01 | | | | | |
| Included observations: 186 after adjusting endpoints | | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. | |
| PDL01 | -3.86E-10 | 2.48E-10 | -1.552107 | 0.1224 | |
| PDL02 | -2.33E-10 | 7.56E-11 | -3.082614 | 0.0024 | |
| PDL03 | 9.14E-11 | 4.93E-11 | 1.853366 | 0.0654 | |
| R-squared | -0.497388 | Mean dependent var | | 0.509032 | |
| Adjusted R-squared | -0.513753 | S.D. dependent var | | 0.477707 | |
| S.E. of regression | 0.587746 | Akaike info criterion | | 1.790952 | |
| Sum squared resid | 63.21641 | Schwarz criterion | | 1.842980 | |
| Log likelihood | -163.5586 | Durbin-Watson stat | | 0.417488 | |
| Lag Distribution of M2 | | i | Coefficient | Std. Error | T-Statistic |
| . * | | 0 | 1.1E-09 | 4.0E-10 | 2.86867 |
| . * | | 1 | 4.5E-10 | 1.5E-10 | 2.98216 |
| * | | 2 | -6.1E-11 | 1.7E-10 | -0.35583 |
| * . | | 3 | -3.9E-10 | 2.5E-10 | -1.55211 |
| * . | | 4 | -5.3E-10 | 2.5E-10 | -2.12447 |
| * . | | 5 | -4.9E-10 | 1.7E-10 | -2.82371 |
| * . | | 6 | -2.6E-10 | 1.6E-10 | -1.66680 |
| . * | | 7 | 1.4E-10 | 4.1E-10 | 0.35566 |
| | | Sum of Lags | 4.5E-12 | 2.8E-11 | 0.16381 |

Fuente: Elaboración propia

Por último se elabora un modelo de rezago distribuido finito para tasa CETES a 91 días, con un tamaño de rezago igual a 5 y la ecuación de polinomio igual a 3 quedando el modelo final de la siguiente manera que muestra la tabla no. 8.

Tabla No. 8 Modelo de rezago distribuido finito de CETES a 91 días.

| Dependent Variable: INFLACION | | | | | |
|--|-------------|-----------------------|-------------|------------|-------------|
| Method: Least Squares | | | | | |
| Date: 04/04/13 Time: 13:47 | | | | | |
| Sample(adjusted): 1997:06 2013:01 | | | | | |
| Included observations: 188 after adjusting endpoints | | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. | |
| C | 0.079314 | 0.045970 | 1.725333 | 0.0862 | |
| PDL01 | 0.008021 | 0.009736 | 0.823846 | 0.4111 | |
| PDL02 | 0.026698 | 0.012358 | 2.160340 | 0.0320 | |
| PDL03 | 0.005833 | 0.005074 | 1.149419 | 0.2519 | |
| PDL04 | -0.007267 | 0.002879 | -2.523908 | 0.0125 | |
| R-squared | 0.483793 | Mean dependent var | | 0.512970 | |
| Adjusted R-squared | 0.472510 | S.D. dependent var | | 0.476670 | |
| S.E. of regression | 0.346198 | Akaike info criterion | | 0.742626 | |
| Sum squared resid | 21.93316 | Schwarz criterion | | 0.828702 | |
| Log likelihood | -64.80685 | F-statistic | | 42.87726 | |
| Durbin-Watson stat | 1.052765 | Prob(F-statistic) | | 0.000000 | |
| Lag Distribution of CETES91 | | i | Coefficient | Std. Error | T-Statistic |
| . | * | 0 | 0.03609 | 0.01404 | 2.56997 |
| * | . | 1 | -0.00558 | 0.01190 | -0.46858 |
| . | * | 2 | 0.00802 | 0.00974 | 0.82385 |
| . | * | 3 | 0.03328 | 0.00970 | 3.43142 |
| . | * | 4 | 0.02661 | 0.01189 | 2.23749 |
| * | . | 5 | -0.05559 | 0.01389 | -4.00266 |
| Sum of Lags | | | 0.04284 | 0.00366 | 11.7156 |

Fuente: Elaboración Propia

Conclusiones y Recomendaciones

Después de analizar el comportamiento de la inflación respecto al dinero en circulación (M2) mediante el modelo econométrico de rezago distribuido finito, se puede concluir que los incrementos en la masa monetaria provocan que la inflación aumente, tanto en el corto como en el largo plazo. Por lo tanto, se cumple lo argumentación del Doctor Friedman en sus postulados, porque tanto en el corto plazo, como en el largo, la inflación disminuye al disminuir la masa monetaria. Dicho en otras palabras, existe una relación positiva entre la masa monetaria y la inflación, tanto en el corto como en el largo plazo, resultando de mayor impacto en el largo, que en el corto plazo.

También el modelo de rezago distribuido finito de la tasa CETES a 91 días, el efecto que tiene sobre la inflación es mayor en el largo, que en el corto plazo. Esta situación se presenta cuando se produce un aumento en la demanda de los préstamos y en consecuencia un incremento en las tasas de interés, en consecuencia se incrementa el gasto y se incrementa la inflación de los precios. Lo anterior es consistente con los postulados de la teoría económica.

Adicionalmente se concluye que se cumplió con el objetivo de investigación del presente artículo, el cual fue determinar el papel que juega el dinero en circulación y la tasa CETES a 91 días sobre la inflación en México para el periodo comprendido de 1997 a 2012.

Por último, se recomienda, continuar con este tipo de análisis, incluyendo otras variables que ayuden a explicar y comprender mejor el fenómeno de la

inflación, así como realizar modelos que comprendan periodos en donde el fenómeno de la inflación se comporte sin presentar cambios estructurales.

Bibliografía

Banco de México. (s.f.). Recuperado el 15 de febrero de 2013, de www.banxico.org.mx

Barro, R. J. (1996). El monetarismo de las expectativas racionales, un contraste con la síntesis neoclásica y un enfoque estructuralista. En M. J. Zepeda Martínez, *La Inflación de Transición*. México.

Díaz, A. F. (2011). *Política Monetaria. Fundamentos y Estrategias*. Madrid: Paraninfo.

Fernández de Navarrete, F. C. (2008). *Economía, Bachillerato 1*. España: EDITEX.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (s.f.). Recuperado el 10 de Febrero de 2013, de www.inegi.org.mx

Josefa Eugenia Fernández Arufe. (2006). *Principios de Política Económica*. Madrid: Delta Publicaciones.

Legna Verna, C., & González Morales, O. (2010). *Comprender la Macroeconomía*. Buenos Aires: TESEO.

Ramírez, G. V. (2004). *Aproximación a la Economía Política*. ECOE Ediciones.

Rodríguez Vargas, J. d. (2005). *La Nueva Fase de Desarrollo Económico y Social del Capitalismo Mundial*. Tesis doctoral, www.eumed.net.

Yacamán, J. M. (1982). *Un análisis de la inflación en México*.

Las Reformas y su Impacto en la fuga de Capitales en México.
Perla Sugey Valenzuela vega, prinsessa_2436@hotmail.com; Albín Manuel Félix
Hernández & Cecilia Aurora Murillo Félix.

Resumen

El presente artículo se basa en la investigación de diversos autores en materia económica-administrativa donde se aborda el tema de las situaciones internacionales que están provocando fugas de dineros a lugares seguros, donde se está considerado México debido a las potencialidades que posee la nación para atraer dichos flujos extranjeros. También se cita una breve explicación del por qué México no avanza en materia de desarrollo y posibles sugerencias de solución, para que se genere este avance de la economía, por otra parte las perspectivas del gobierno federal de favorecer con las nuevas reformas aprobadas y algunas que están por definirse, así como las metas del gobierno con estas decisiones.

Antecedentes

Actualmente la economía mundial está pasando por una situación de incertidumbre, iniciando en 2008 en E.U.A. la denominada crisis de las hipotecas que contrajo la economía de este país norteamericano, también cabe mencionar la crisis griega que es el tema de relevancia y controversia por las afectaciones que se están generando para la unión europea provocando salidas de dinero inevitables hacia países emergentes dentro de los cuales se encuentra México. A estos escapes de capital en términos económicos se le conoce como fuga de capitales.

Según Czinkota, (2007) Muchas crisis globales y financieras recientes han sido caracterizadas por salidas de capital súbita y asombrosas de la economía nacional. La fuga de capitales. Aunque no existe una definición única aceptada de la fuga de capitales, por tradición el término es usado para describir retiros de capital súbitos por los inversionistas de países en los que perciben una

venidera crisis política, económica o de divisas. A continuación se citan este tipo de fugas en los últimos tres gobiernos en la económica de México:

A lo largo de la historia de la economía Mexicana se han suscitado crisis en distintos sexenios, trayendo complicaciones en la economía, tales como devaluaciones, alta inflación, decrementos en la producción, entre otros.

Según cantú, (2003) en diciembre de 1994, poco más de dos semanas después de iniciado el sexenio de Ernesto Zedillo, México Sobrevivió a una crisis económica, La más severa en los últimos setenta años, que tuvo serias repercusiones en la sociedad Mexicana.

Aun cuando al comenzar ese año había aspectos positivos en la economía, como la reducción de la inflación y el crecimiento del PIB (producto interno bruto), algunos indicadores macroeconómicos mostraban signos preocupantes como:

- Aumentos significativos en el déficit de cuenta corriente
- sobreevaluación del peso en relación con el dólar
- insuficiencia del ahorro interno
- aumento de la cartera vencida de los bancos, debido al aumento en las tasas de interés en la banca comercial.

A lo anterior se agregaba la incertidumbre que produjeron los acontecimientos como la rebelión de Chiapas, asesinatos políticos en marzo y septiembre. La situación acentuó la desconfianza en la economía mexicana y se dio una importante salida de divisas.

Pasando al sexenio de Vicente Fox Quezada durante su gobierno el país recibe un golpe que frena la economía, hubo una reducción de la producción industrial en ambos lados de la frontera y china ingresa a la organización mundial de comercio (OMC) lo que significó la llegada de un poderoso competidor para los fabricantes mexicanos independientes que pretendían exportar a E.U, Pero para la segunda mitad del gobierno de Fox el crecimiento se recuperó debido a que la inflación estaba baja, el déficit del sector público estaba cerca de cero y el déficit de cuenta corriente era mucho más pequeño de lo que era hace seis años, el optimismo, de los inversionistas volvía a su curso el gobierno fue mucho más eficaz.

Por último según Sáez (2009) en el sexenio pasado de Felipe Calderón prometió crear 800, 000 empleos formales y promover las condiciones necesarias para elevar la competitividad sin embargo a 33 meses de su gestión se observó un panorama totalmente distinto. Estalla la crisis hipotecaria de Estados Unidos, país con el cual México tiene un alto grado de dependencia, así como la crisis financiera mundial, todo esto provocando la disminución en las remesas de los trabajadores Mexicanos en los Estados Unidos, la caída en los precios del petróleo no solamente impidieron el crecimiento prometido si no que traería consigo una de las peores crisis nacionales.

Siendo así unas de las características principales por las que se presentaron estas fugas de capital en México, los cambios en los gobiernos y el constante dinamismo de las economías, Estas fugas anteriormente definidas como escapes de dinero son provocadas por distintas situaciones, entre las más

importantes son la falta de transparencia, confiabilidad y calidad de control por parte de los gobiernos hacia los inversionistas, así como la falta de seguridad, y las variaciones de los ciclos económicos que ocurren en un país determinado.

Según Krugman y Wells, (2007): el ciclo económico es la sucesión, a corto plazo, de caídas y auges en la economía. Las caídas se llaman recesiones y las subidas expansiones.

Una depresión es una disminución de la actividad económica muy aguda y prolongada. La recesión son periodos de menor actividad económica en los que la producción y el empleo descienden.

Las expansiones o recuperaciones son periodos de mayor actividad económica en los que sube la producción y el empleo. Se define entonces, ciclos económicos a los ascensos y descensos de la actividad económica. Por lo tanto estas situaciones que ocasionan la fuga de capitales en una nación traen afectaciones para la economía de un país frenando el desarrollo del mismo. Por lo que pueden ser muchas las causas que provocan la salida de inversiones de un país desde la baja productividad hasta la mala administración de los gobiernos.

Planteamiento del problema

El presente trabajo aborda la problemática de cómo impacta en México el tema de fuga de capitales, así como los posibles motivos que lo han ocasionado en los últimos años, a su vez se citara la situación que se está viviendo en México por las decisiones del nuevo gobierno federal, con la aprobación de las nuevas reformas en materia educativa, laboral; así como las

que están por definir su aprobación y los nuevos planes de desarrollo que trae el actual mandatario. Con esta nueva agenda de gobierno México se ha logrado colocar entre los países importantes y atractivos para inversionistas extranjeros, sin embargo, las posibles causas de que México no de ese salto que todos esperan, de convertirse en un país en vías de desarrollo a un país de primer mundo son diversas e innumerables, entre las más prioritarias se encuentran la desigualdad, inseguridad, falta de transparencia por la ineficiencia de un buen gobierno corporativo, falta de tecnología, alta deficiencia educativa para generar competitividad, y la incertidumbre de que las nuevas reformas propuestas como las que se encuentran en mesa de discusión funcionen de una manera correcta sin abusos de autoridad por grupos privilegiados.

Para realizar el análisis correspondiente se elaborará una matriz FODA para detectar las circunstancias positivas y negativas que México posee y detectar las causas del porque se escapan capitales de la nación.

Objetivo

El objetivo del presente artículo es: Conocer las causas que frenan el desarrollo de la economía del país, a consecuencia de las diversas circunstancias que ocasionan las nuevas Reformas y su Impacto en la fuga de Capitales en México de extranjeros y los planes de desarrollo que el actual gobierno implementará.

Justificación

La importancia del presente artículo es detectar las oportunidades que surgirán con las reformas (laboral, educativa, energética, fiscal y de telecomunicaciones) que según el gobierno federal espera atraer inversiones extranjeras directas e indirecta y con estas acciones beneficiar a la economía para hacer de México un país competitivo. La justificación del artículo radica en la nueva visión que se está generando entre inversionistas de distintos países de la Unión Europea, Japón y Argentina por mencionar algunos de los principales interesados en el potencial Mexicano, de esta forma generar diversos beneficios como la transferencia de tecnología, incrementar la competencia, capital humano competitivo, consumo, disminución de pobreza así como la activación de la economía en general que son las variables más relevantes para que se dé un desarrollo.

Marco teórico

Las fugas de capitales han sucedido en distintas partes del mundo, como la sonada crisis Griega que está ocasionando temor en inversionistas por la interconexión de las economías globales, a causa de ello el dinero se ha estado moviendo constantemente de un país a otro.

¿Pero esto como afecta a México? Según Mankiw Gregory, (2009), Si las personas actualmente deciden que México es un lugar riesgoso para tener ahorros, moverán su capital hacia lugar seguro y como resultado en un incremento de la salida neta de capitales consecuentemente la demanda de

fondos disponibles para México aumenta de tal manera esto provoca incremento en la tasa de interés real al mismo tiempo en el mercado de intercambios de divisas la oferta del peso aumenta y este incremento en la oferta de pesos provoca la depreciación, en otras palabras cuando hay mayor oferta de pesos para ser convertido en otra divisa el aumento en la oferta causa que el peso tenga menor valor.

En México se registró en los últimos seis años una transferencia al exterior de al menos 111,038 millones de dólares, dinero que fue depositado por ciudadanos y empresas en cuentas bancarias o para abrir y operar empresas fuera del país, según Banco de México (BANXICO), el monto de los recursos transferidos por mexicanos al exterior superó en 70% del saldo de las inversiones extranjeras que llegaron a México durante el mismo periodo, que fueron de 65 mil 434 millones de dólares, según publica el sitio Ansa Latina. (Portal Latinoamericano de la Agencia ANSA).



Fuente: Banxico

Estos recursos fugados fue un registro de Banxico de los últimos seis años abarcando el sexenio de Felipe Calderón, cuya principal causa fue por el próximo cambio de gobierno.

Abordando la situación económica 2013 por la nueva agenda del gobernante electo Enrique Peña según la Organización Cooperativa para el Desarrollo Económico OCDE, el país tiene que enfrentar una serie de desafíos estructurales y elevar su productividad, Implementando reformas económicas en áreas estratégicas. México ha arrancado una nueva Administración con finanzas públicas sanas, inflación controlada, un crecimiento que duplica el promedio de la OCDE.

Así como un sistema bancario bien capitalizado, una red de acuerdos comerciales con 44 países y mejoras regulatorias que favorecen el ambiente para los negocios. Al mismo tiempo, el país enfrenta retos muy importantes en materia de competitividad económica e inclusión social. Todo esto sucede en un momento en el que las empresas transnacionales están buscando nuevos mercados y plataformas de inversión ante la desaceleración en los países desarrollados, y ante el aumento de los costos de producción en competidores directos como China. México tiene que aprovechar esta combinación de fortalezas y circunstancias para aumentar su “velocidad de crucero”, incrementar su competitividad y reducir la pobreza.

En base al artículo de la OCDE el país está atravesando por una circunstancia ventajosa para cumplir con las estadísticas pronosticadas por la mencionada OCDE.

Según Fuertes, (2011) el desarrollo se entiende como un proceso de cambio social en las sociedades, Pero en una dirección concreta, llegar a ser sociedad industrializada y aumentar el nivel de vida de un país o sociedad.

El desarrollo del país es crear oportunidades para los actores de una economía cumpliendo con el objetivo del bienestar social que prometen los gobiernos a los residentes del país fomentando la inversión, empleo y consumo que son los factores importantes para avanzar en materia económica, por otro lado hablar de avances y desarrollo es resaltar las nuevas decisiones del sexenio actual que el presidente priista y su gobierno han aprobado siendo el tema de resonancia, por los objetivos y resultados fijados que son lograr un desarrollo Y lograr atraer capitales para que sean canalizados hacia la inversión productiva en la economía local, Pero para ello los resultados serán visibles a un largo plazo.

Volviendo a las decisiones que tomó el presente mandatario presidencial las reformas que a continuación se mencionara brevemente en qué consiste cada una de ellas:

-Reforma Laboral: nuevas formas de contratación, pago por horas, outsourcing, salarios caídos, transparencia sindical y equidad de género.

-Educativa: servicio profesional docente, dotar de autonomía al instituto nacional para la evaluación de la educación, crear sistema de operación y gestión educativa, creación de escuelas de tiempo completo.

-Energética: permitir participación del sector privado, mejorar la estructura corporativa de Pemex, bajar el precio de la energía y detener las importaciones de gas natural.

-Telecomunicaciones: fin a permisionarios, no a los monopolios, trabajo en conjunto y régimen transitorio.

-reforma fiscal: Eliminar las exenciones en el pago de impuestos, incluyendo a las actividades primarias, como la agricultura y el transporte terrestre, Establecer un IVA de 12 a 15% en todo el país y generalizarlo a todos los bienes y servicios, Hacer más claro y transparente el Presupuesto de Gastos Fiscales, Eliminar el ISR y conservar el IETU, impuesto a la gasolina.

Objetivos de Peña Nieto con las reformas:

- **Materia económica:** Triplicar el crecimiento de la última década, llevándolo a un rango del 5 a 6%. Impulsar el crédito productivo, la competencia y la inversión en infraestructura. Reforma fiscal que amplíe la base de recaudación. Abrir el sector energético a la inversión privada manteniendo la rectoría del Estado.
- **Política social:** Crear un sistema de seguridad social universal con seguro de salud, desempleo y pensión de vejez. Sacar de la pobreza alimentaria a unos 15 millones de mexicanos. Generar desarrollo en las zonas violentas y mejorar la infraestructura escolar.
- **Seguridad:** Reducir la violencia. Mantener al Ejército en los puntos más críticos y crear una gendarmería nacional con militares bajo mando civil. Crear academias regionales de policía y pasar de 36 mil a 50 mil policías federales. Fortalecer las labores de inteligencia y contra el lavado de dinero e instituir una comisión nacional anticorrupción.
- **Política Exterior:** Recuperar el liderazgo de México en el mundo y cambiar la imagen de país inseguro. Diversificar las relaciones, con regiones como Asia-

Pacífico, Centroamérica y el Caribe y Sudamérica. Convertir la política exterior en un instrumento para promover el desarrollo interno, Según diversas fuentes periodísticas.

El autor Mayer, (2007) define La reforma como; la revisión legal de una constitución o de un orden jurídico, es pues, un reacomodo del sistema que salvaguarda las decisiones políticas fundamentales.

Con Todas las reformas listadas con anterioridad el nuevo gobierno está guiando el rumbo de México hacia la competitividad y desarrollo del mismo, Tornando la imagen de la nación a una más transparente para atraer capital extranjero y así lograr avanzar como nación según los objetivo planteados por el presidente, pero es impredecible lo que sucederá a futuro con este nuevo modelo ya que existe gran controversia e inconformidad por los beneficios como por los prejuicios de las reformas que desde un punto de vista propio, beneficiaran más a empresarios y funcionarios públicos quienes son los principales receptores de los recursos generados en el país.

Cabe mencionar, que estas medidas tomadas están resonando a nivel internacional, México se ha puesto en un escaparate en el que está siendo observado por inversionistas de toda índole, al parecer la aprobación de estas reformas es lo que por años se había estado esperando para lograr un avance en materia económica pero considerando necesario esperar y observar los resultados que todo esto conlleva, esperando sean favorables y rompa con los paradigmas de la mayor parte de la población, quienes aseguran que estas medidas no son para beneficiar al pueblo.

Método

El método a emplear es elaborar un análisis FODA del país para conocer los aspectos favorables e inversos ya que este análisis sistematizado es para sintetizar las ventajas y desventajas, Él cual es una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos o externos de programas y proyectos según Simoneaux y Stroud, (2011). El FODA se representa a través de una matriz de doble entrada, llamada matriz FODA, en la que el nivel horizontal se analiza los factores positivos y negativos.

En la lectura vertical se analizan los factores internos y por tanto controlables del programa o proyecto y los factores externos, considerados no controlables.

Las Fortalezas son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase.

Las Oportunidades son aquellas situaciones externas, positivas, que se generan en el entorno y que una vez identificadas pueden ser aprovechadas.

Las Debilidades son problemas internos, que una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse.

Las Amenazas son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla.

Resultados y discusiones

Se obtuvo la siguiente matriz FODA

Tabla 1. Análisis FODA

| Fortalezas | Oportunidades |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> -Cuenta con recursos naturales, tierra y climas propicios. -Nuevo gobierno con nuevo plan de desarrollo -Bajo costo de materias primas -Extensa red de TDLC -Seguridad y protección legal a inversionistas extranjeros -Séptimo exportador mundial -Las nuevas reformas aprobadas. -Optimismo y disposición de inversionista extranjeros para invertir en México. | <ul style="list-style-type: none"> -Bajo costo de materias primas -Derrame tecnológico, económico y de cono. -Nuevas reformas estructurales. -Embellecimiento de áreas donde se instalen las empresas. -Generación de empleo -Aumento del consumo |
| Debilidades | Amenazas |
| <ul style="list-style-type: none"> -Falta de Estabilidad macroeconómica - Falta de estabilidad política y transparencia. -TC inestable -Alto índice de narcotráfico e inseguridad -Violencia y un posible contagio de la situación económica en Estados Unidos. -Bajas tasas de interés. | <ul style="list-style-type: none"> -Aumento de la pobreza -Devaluación de la moneda -Baja producción -Incertidumbre de las nuevas reformas -Obstaculización para aprobar las nuevas reformas -Falta de integración de los tres poderes de gobierno -Perdida de interés de inversionistas extranjeros -Alta inflación. -Bajo desarrollo. -Déficit en la balanza de pagos |

Fuente: Elaboración propia

México ofrece una amplia gama para recibir flujos de inversión extranjera ya que se encuentra entre los países emergentes más fuertes y debido al cambio estructural que se está llevando, con estas acciones consolidar un avance y crecimiento económico.

Los resultados obtenidos son diversos, todo va encausado a los tipos de gobiernos que han estado al mando de la nación, México es altamente atractivo para establecer entidades económicas, en 2011 ha ocupado la posición 8 de 20 en el Índice de Confianza de IED (inversión extranjera directa) elaborado por la consultora AT Kearney.

Pero la situación actual con las reformas es favorable para la atracción de IED así como las ventajas que estas trae son: fomentar la competitividad haciendo de México una buena economía, más transparente y confiable. Sin dejar de mencionar las posibles desventajas de que los resultados esperados no sean favorables para el logro de los objetivos del plan del gobierno, o bien, que estas reformas aprobadas no se conduzcan por el camino que todos los inversionistas y ciudadanos esperan.

Conclusiones y recomendaciones

Los objetivos de implementar los planes elaborados por el gobierno son aumentar productividad, lograr un país eficiente, estabilidad de precios, tipo de cambio, construir una sociedad de prosperidad con oportunidades para todos y protección de la biodiversidad así como brindar seguridad a la sociedad para la recuperación de la confianza y en las finanzas de los gobiernos, para lo cual se

deben elaborar presupuestos y planes enfocados como objetivos principales contrarrestar las debilidades y amenazas de la nación.

En base a la información obtenida se concluye que en el contexto económico la situación de la nación es altamente favorable para que se dé el desarrollo del país, posee más ventajas con oportunidades de ser una buena economía y ofrecer una calidad de vida para la sociedad, pero a su vez la alta dependencia de otras economías es una amenaza de un posible contagio por las crisis que acontecen, por otra parte una de las desventajas son la inestabilidad de la moneda, la inflación y las situaciones políticas como la falta de transparencia en las finanzas públicas, la falta de buenas prácticas corporativas son lo que no permiten el avance y la entrada de inversiones por el único motivo de que un inversionista no pondrá su dinero en un lugar inseguro porque su principal objetivo que es generar valor a su capital, porque para una economía que presenta alta dependencia de otra, el riesgo de dicho país repercute directamente al dependiente, por su parte México tiene las ventajas de lograr un desarrollo con las reformas cuyo principal objetivo son mejorar la competitividad de la nación para un bienestar social, siempre y cuando se canalicen los recursos al rubro correspondiente para el que está planeado, obteniendo resultados que serán visibles en un futuro

Referencias

- (s.f.). Prontuario de actualización fiscal. (29 de agosto de 2012). Mexico. *Sipse.com*. (25 de noviembre de 2012). Recuperado el 3 de marzo de 2013, de <http://sipse.com/mexico/estima-banxico-millonaria-fuga-de-capitales-al-extranjero-2346.html>
- SUBSECRETARÍA DE COMPETITIVIDAD Y NORMATIVIDAD. (9 de febrero de 2013). Recuperado el 21 de Marzo de 2013, de <http://www.economia.gob.mx/>
- Aldama., P. D. (abril de 2009). *Ecolin* . Obtenido de ciclos economicos: www.ecolin.com
- Banco de México. (s.f.). Recuperado el 15 de febrero de 2013, de www.banxico.org.mx
- Barro, R. J. (1996). El monetarismo de las expectativas racionales, un contraste con la síntesis neoclásica y un enfoque estructuralista. En M. J. Zepeda Martínez, *La Inflación de Transición*. México.
- Briseño, K. (6 de noviembre de 2010). *Clarín Veracruzano*. Hermosillo, Sonora, Mexico.
- Cantu, G. M. (2003). *Mexico estructura política, económica y social*. Pearson prentice hall.
- Comunidad de negocios. (s.f.). Recuperado el 21 de marzo de 2013, de www.economia.gob.mx
- Czinkota, M. R., Ilkka A., R., & Moffet, M. H. (2007). *Negocios internacionales*. cengage learning editores.
- Díaz, A. F. (2011). *Política Monetaria. Fundamentos y Estrategias*. Madrid: Paraninfo.
- Excelsior. (30 de agosto de 2012). *prontuario de actualización fiscal*. Recuperado el 15 de abril de 2013, de <http://www.e-paf.com/index.php/noticias-y-articulos/noticias-y-articulos-web/impuestos-federales/296-expectativas-de-reformas-fiscales-2012>
- Excelsior. (11 de marzo de 2013). www.zocalo.com.mx. Recuperado el 16 de abril de 2013, de <http://www.zocalo.com.mx/seccion/articulo/presentan-hoy-al-instituto-federal-de-telecomunicaciones-1363023747>
- Fernández de Navarrete, F. C. (2008). *Economía, Bachillerato 1*. España: EDITEX.
- Fuertes, A. M., & Gatica, L. (2011). *De la economía global al desarrollo local*. publicaciones de la universidad de valencia.
- García, A. (s.f.). *El Semanario*. Recuperado el 20 de marzo de 2013, de http://elsemanario.com.mx/revista_semanal/393_7_13_jul/5/index.html
- Guillen, H. R. (1984). *Orígenes de la Crisis En Mexico*. Mexico D.F: Ediciones Era .
- Gurria, A. (2012). *Serie mejores políticas Mexico para un desarrollo Incluyente* . D.F.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (s.f.). Recuperado el 10 de Febrero de 2013, de www.inegi.org.mx
- Invertir en el Mundo. (s.f.). Mexico.
- J.Walley, A. y. (1999). *The Problem of capital flight of Rusia*. Oxxford: Black well publisher.

Josefa Eugenia Fernández Arufe. (2006). *Principios de Política Económica*. Madrid: Delta Publicaciones.

Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Introducción a la economía macroeconómica*. Barcelona España: Reverte S.A.

Legna Verna, C., & González Morales, O. (2010). *Comprender la Macroeconomía*. Buenos Aires: TESEO.

Mankiw, N. G. (2002). *Principios De Economía*. Editec.

Mayer, A., & Mendez, J. R. (2007). *México en tre momentos 1810-1910-2010*. México: GM editores Espejo de Obsidiana.

Mcleod, D. (17 de mayo de 2012). *Economía y Finanzas*. Recuperado el 13 de marzo de 2013, de <http://economia-hoy.blogspot.mx/2012/05/darryl-mcleod-la-fuga-de-capitales.html>

Núñez Ramos, E., & Lawrence, G. (2003). *principios de administracion financiera*. México: addision wesley.

OECD, B. (s.f.). Manual sobre la Medición de la economía no observada. Quiminet. (11 de diciembre de 2012). www.politicayempresas.com. Recuperado el 15 de abril de 2013, de <http://www.politicayempresas.com/notas/epn-propone-reforma-educativa-3362785.htm>

Ramírez, G. V. (2004). *Aproximación a la Economía Política*. ECOE Ediciones.

Rodríguez Vargas, J. d. (2005). *La Nueva Fase de Desarrollo Económico y Social del Capitalismo Mundial*. Tesis doctoral, www.eumed.net.

Saéz, M. A., & Hernandez Norzagaray, E. (2009). *México el nuevo escenario político ante el bicentenario*. ediciones universidad salamanca.

Tamez, A. G. (2 de sábado de 2013). *El Financiero*. México D.F.

Tuluy, H. (9 de enero de 2013). *Foro Banco Mundial*. Recuperado el 21 de marzo de 2013, de <http://www.bancomundial.org>

Vilar , J. R. (1 de Marzo de 2007). www.infonova.es. Recuperado el 20 de Marzo de 2013, de www.infonova.es/noticia.aspx?pNidNoticia=34

www.laeconomia.com.mx. (s.f.). Recuperado el 15 de abril de 2013, de <http://www.laeconomia.com.mx/reforma-laboral/>

Yacamán, J. M. (1982). *Un análisis de la inflación en México*.

Zermeño, F. (2004). *Lecciones de desarrollo económico*. México D.F: Plaza Y Valdez.

Resumen

Esta investigación nace de la inquietud de conocer si existe o no convergencia económica entre México y Canadá , particularmente se tomaron estos dos países por la cercanía y el comercio entre cada uno, por lo cual se piensa que si puede existir tal convergencia, por otro lado es de todos conocido que existe una diferencia enorme en la calidad de vida, producción de bienes y servicios entre un país y otro, por lo que decidimos incorporar a la investigación el Producto Interno Bruto “PIB” el cual, es una variable que nos indicará si en un determinado tiempo México y Canadá convergen específicamente en PIB per cápita o los indicadores nos muestran lo contrario.

Antecedentes

Para que se puedan entender las teorías del crecimiento económico se debe tener claro lo que es el crecimiento económico, una definición del autor (Samuelson, 2010) nos dice que “El crecimiento económico es un crecimiento del producto potencial en el largo plazo”.

Con esta definición se puede inferir que el crecimiento económico es el crecimiento de la producción de bienes y servicios en una economía a lo largo del tiempo, regularmente se mide en trimestres o también de manera anualizada, con la obtención de diferentes valores en el tiempo se puede observar si hay un crecimiento de un periodo comparado con el anterior.

(Kaldor, 1963) enumero una serie de hechos estilizados que en su opinión tipificaban el proceso de crecimiento económico:

- La producción per cápita crece en el tiempo y su tasa de crecimiento no es decreciente.
- El capital físico por trabajador crece en el tiempo.
- La tasa de rentabilidad del capital es aproximadamente constante.

- El ratio capital físico entre producción es aproximadamente constante.
- Las participaciones del trabajo y del capital físico en la renta nacional son aproximadamente constantes.
- La tasa de crecimiento de la producción por trabajador es muy distinta en los distintos países

Una vez que se tiene claro que el crecimiento económico está basado en el crecimiento del PIB se puede hablar de los pilares del crecimiento económico.

1. Recursos Humanos

Muchos economistas consideran que la calidad del trabajo (habilidades, conocimiento y la disciplina de la fuerza laboral), es el elemento más importante en el crecimiento económico.

2. Recursos Naturales

Los autores Samuelson y Nordhaus (2010) consideran a los recursos naturales como un factor clásico de la producción, aunque en los últimos tiempos no es necesaria la posesión de recursos naturales para el crecimiento económico, tal es el caso de Japón, o la ciudad de Nueva York, las cuales su crecimiento económico está basado en la Industria.

3. Capital

El capital incluye bienes tangibles como caminos, plantas de energía eléctrica y equipamiento como camiones y computadoras, aunque cuando se piensa en capital uno no debe limitarse a pensar en las computadoras y en las fábricas sino también en las inversiones necesarias para el eficiente funcionamiento del sector

privado, estas inversiones según Samuelson y Nordhaus (2010) se consideran como capital social indirecto.

4. El Cambio y la innovación tecnológica

El avance tecnológico denota cambios en los procesos de producción o la introducción de nuevos productos o servicios, el avance tecnológico es un proceso complejo y multifacético, y no se ha encontrado una fórmula única de éxito. Para entender el proyecto de búsqueda de convergencia o divergencia es necesario también revisar las teorías de crecimiento económico una de las principales es la de “El dinamismo clásico de Smith y Malthus” (Smith, 1776), creó una hipótesis sobre la época del oro, el cual decía que como la tierra estaba libremente, solo cuando la población se incrementara las personas se extenderían a nuevas superficies, al no haber capital, el producto nacional se duplicaría con la población se duplicara, el ingreso nacional se destinaria a los salarios ya que no se tiene que destinar nada a la renta de la tierra ni al interés del capital, es decir “El producto se ampliaría al ritmo de la población”. Por su parte (Malthus, T 1835) creyó que las presiones de la población empujarían a la economía hasta un punto en que los trabajadores se encontrarán en un nivel mínimo de subsistencia. Malthus razón o que siempre que los salarios estuvieran por encima del nivel de subsistencia la población crecería, y que si los salarios estuvieran por debajo del nivel de subsistencia, habría una alta mortalidad y la población declinaría, creía también que las clases trabajadoras estaban destinadas a una vida ruda, desagradable y corta, (Carlyle, 1849) lo criticó como “La ciencia deprimente”. (Solow, 1956) propuso el modelo neoclásico de

crecimiento el cual describe una economía en la cual se obtiene un solo producto homogéneo con dos tipos de insumos: el capital y el trabajo, en esta teoría el trabajo se toma como dado, también se supone que la economía es competitiva, opera siempre en pleno empleo de recursos y con esto se procede a analizar el crecimiento del producto potencial.

Planteamiento del Problema

Este estudio se realiza por la incertidumbre que se tiene en cuanto a la relación entre México y Canadá, entre el producto interno bruto per cápita y el tiempo: ¿Existe convergencia económica entre México y Canadá?

Justificación

Convergencia económica hace referencia a la disminución de las diferencias económicas, comúnmente medidas en términos de renta per cápita u otros grandes indicadores (PIB y empleo) de relevancia económica y social entre países o regiones. Una convergencia de países del primer mundo es referida al avance relativo y el equilibrio entre los países en la dinámica de la globalización y crecimiento económico mundial. Mientras que en la convergencia de países del tercer mundo es referida al atraso relativo y a los desequilibrios entre los países en la dinámica de globalización y pautas del crecimiento económico mundial. El fin de este proyecto es investigar, acerca de la convergencia y divergencia que hay entre México y Canadá llevando a cabo una comparación de variables de un

país tercer mundo con un país de primer mundo en el cual analizaremos las variables tales como el PIB Per Cápita.

Objetivo General

Determinar la existencia de convergencia económica o divergencia económica entre México y Canadá utilizando las variables tales como Producto Interno Bruto per cápita y el tiempo. Con lo analizado anteriormente se podrá determinar si existe convergencia o divergencia entre ambos países según sea el caso.

Marco teórico

Se analizarán algunos conceptos que sirven para dar sustento a la investigación los cuales serán de gran utilidad para la comprensión de la presente investigación.

El análisis “tradicional” de convergencia tiene sus orígenes en los trabajos de (Baumol, W 1986), (Barro y Sala-i-Martin, 2009), (Mankiw, 1992), donde se estudian los procesos de aproximación en renta de países o regiones. Bajo estos planteamientos, seguidos en este trabajo, se aborda la convergencia desde la perspectiva del grupo o conjunto de países, mientras que en el enfoque de series temporales se analizan los países de modo individual respecto a alguna referencia.

Por otra parte Barro y Sala-i-Martin (2009), plantean que esta técnica consiste en estimar la relación entre el crecimiento de la magnitud en un periodo

y el valor de dicha magnitud en el momento inicial. Este proceso se denomina convergencia incondicional o absoluta y existirá beta-convergencia si dicha relación es negativa. En términos de crecimiento económico, bajo la hipótesis de beta-convergencia, los países que presentan inicialmente menores rentas per cápita experimentan tasas de crecimiento más altas.

$$\ln \frac{Y_T}{Y_0} = \alpha + \beta \ln(Y_0) + \varepsilon \quad (1)$$

A partir de la cual se estima la denominada de beta convergencia

$$r\beta = \frac{\ln(\beta+1)}{T}$$

Y de acuerdo con los autores (Barro y Sala-i-Martin, 2009) en este tipo de convergencia se analiza la evolución de la dispersión observada en la variable de referencia a lo largo del tiempo. En la literatura de convergencia económica se han empleado fundamentalmente dos medidas de dispersión: la desviación estándar de los logaritmos y el coeficiente de variación.

Por otra parte los modelos de crecimiento económico según Sala i-Martin (2009), nos dice que los modelos teóricos de crecimiento económico suelen predecir que habrá convergencia, es decir, que los países pobres verán aumentar sus rentas a mayor velocidad que los ricos. Sin embargo, los datos de la realidad parecen indicar justamente lo contrario. En las tasas de crecimiento de la renta influyen muchísimos factores. Podemos apuntar aquí algunos que parecen ser muy importantes:

- Las decisiones políticas de los gobernantes
- La estructura jurídica del país
- El grado de educación de sus habitantes
- El nivel tecnológico
- El grado de desarrollo inicial o volumen de capital pre-existente

Método

Se realizara una Regresión lineal de los valores del PIB per cápita de México y de Canadá respectivamente lo cual arrojará valores los cuales se linealizarán por medio de los Logaritmos Naturales, posteriormente se sustituirán en la ecuación correspondiente a la beta convergencia, por último los valores obtenidos de la ecuación mostraran según sea el caso si existe o no beta convergencia entre México y Canadá.

El autor (Hernández R, 2003) describe al enfoque cuantitativo como un método que utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. La investigación contiene datos históricos del PIB per cápita de México y Canadá desde el año 1988 a 2010 medido en dólares estadounidenses por habitante, contiene una ecuación de convergencia la cual utiliza las variables del PIB per cápita, tiempo de estudio y velocidad de convergencia así como también una constante.

En el presente estudio participaron dos países como sujetos los cuales comparten una característica similar, México y Canadá pertenecen a la misma región: Norteamérica, por lo tanto se pretende descubrir si existe beta convergencia o no entre estos países regionales. Se trabajara con datos cuantitativos históricos del PIB per cápita de México y Canadá, se utilizaran dos softwares para el análisis de datos: Eviews 3.0 y Microsoft Office Excel 2007 los cuales permitirán analizar y procesar los datos históricos. El proceso de investigación cuenta con cinco pasos descritos a continuación:

- Búsqueda de ecuación del modelo
- Decidir las variables que se analizarán
- Delimitación del periodo de tiempo que se analizará
- Búsqueda de los datos históricos del PIB per cápita de México y Canadá
- Vaciado de datos históricos en Microsoft Office Excel 2007.

El trabajo de investigación contendrá estudio descriptivo con metodología de corte cuantitativo, ya que se ha obtenido información histórica de variables numéricas las cuales se analizarán mediante los resultados que se obtengan de la ecuación de beta convergencia.

Resultados

Tabla 1.- PIB per cápita de México

| Pib per Cápita México | | | |
|-----------------------|---------|--|-------------|
| Año | usd/hab | | LNPIB |
| 1988 | 2113.29 | | |
| 1989 | 2339.26 | | 0.10158867 |
| 1990 | 2811.38 | | 0.18384083 |
| 1991 | 3398.36 | | 0.1896175 |
| 1992 | 3914.61 | | 0.14142275 |
| 1993 | 4328.3 | | 0.10045915 |
| 1994 | 2816.64 | | -0.42963017 |
| 1995 | 2474.12 | | -0.12965991 |
| 1996 | 3230.05 | | 0.26661284 |
| 1997 | 3868.79 | | 0.18044418 |
| 1998 | 3767.07 | | -0.02664429 |
| 1999 | 4622.57 | | 0.20465332 |
| 2000 | 5348.33 | | 0.14583354 |
| 2001 | 5814.34 | | 0.08354292 |
| 2002 | 5523.79 | | -0.05126306 |
| 2003 | 6632.4 | | 0.18290251 |
| 2004 | 7404.29 | | 0.11009283 |
| 2005 | 8255.33 | | 0.10879949 |
| 2006 | 8988.3 | | 0.08506468 |
| 2007 | 9648.18 | | 0.07084556 |
| 2008 | 8102.1 | | -0.17464601 |
| 2009 | 8232.12 | | 0.01592029 |
| 2010 | 9413.04 | | 0.13405239 |

FUENTE: Elaboración propia

Tabla 2.- PIB per cápita Canadá

| PIB Per Cápita Canadá | | | |
|-----------------------|----------|--|-------------|
| Año | USD/hab | | LN |
| 1988 | 18307.57 | | |
| 1989 | 19164.57 | | 0.04574863 |
| 1990 | 19641.29 | | 0.02457072 |
| 1991 | 19659.48 | | 0.00092568 |
| 1992 | 20060.19 | | 0.02017759 |
| 1993 | 20743.23 | | 0.03348267 |
| 1994 | 21961.29 | | 0.05706143 |
| 1995 | 22809.86 | | 0.03791154 |
| 1996 | 23375.43 | | 0.02449257 |
| 1997 | 24546.21 | | 0.04887199 |
| 1998 | 25620.76 | | 0.0428455 |
| 1999 | 27216.2 | | 0.06040942 |
| 2000 | 28992.75 | | 0.06323341 |
| 2001 | 29861.51 | | 0.02952456 |
| 2002 | 30897.99 | | 0.03412077 |
| 2003 | 31842.83 | | 0.03012111 |
| 2004 | 33409.04 | | 0.04801428 |
| 2005 | 35150.18 | | 0.05080322 |
| 2006 | 36933.86 | | 0.04949901 |
| 2007 | 38428.2 | | 0.03966282 |
| 2008 | 39099.05 | | 0.0173066 |
| 2009 | 37954.57 | | -0.02970825 |
| 2010 | 39171.09 | | 0.03154906 |

FUENTE: Elaboración propia

Tabla 3.- Regresión del modelo

Dependent Variable: PIB
 Method: Least Squares
 Date: 11/24/12 Time: 15:05
 Sample: 1989 2010
 Included observations: 22

| Variable | Coefficien t | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|--------------------|-----------------|-----------------------|-------------|--------|
| T | -0.001893 | 0.005326 | -0.355373 | 0.7260 |
| C | 0.089670 | 0.069957 | 1.281789 | 0.2146 |
| R-squared | 0.006275 | Mean dependent var | 0.067902 | |
| Adjusted R-squared | -0.043411 | S.D. dependent var | 0.155169 | |
| S.E. of regression | 0.158501 | Akaike info criterion | -0.759604 | |
| Sum squared resid | 0.502451 | Schwarz criterion | -0.660418 | |
| Log likelihood | 10.35564 | Hannan-Quinn criter. | -0.736239 | |
| F-statistic | 0.126290 | Durbin-Watson stat | 1.671341 | |
| Prob(F-statistic) | 0.726031 | | | |

Dependent Variable: PIBCAN
 Method: Least Squares
 Date: 11/24/12 Time: 15:37
 Sample: 1989 2010
 Included observations: 22

| Variable | Coefficien t | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|--------------------|-----------------|-----------------------|-------------|--------|
| T | -0.000339 | 0.000714 | -0.474622 | 0.6402 |
| C | 0.038470 | 0.009374 | 4.103776 | 0.0006 |
| R-squared | 0.011138 | Mean dependent var | 0.034574 | |
| Adjusted R-squared | -0.038305 | S.D. dependent var | 0.020843 | |
| S.E. of regression | 0.021239 | Akaike info criterion | -4.779453 | |
| Sum squared resid | 0.009022 | Schwarz criterion | -4.680267 | |
| Log likelihood | 54.57398 | Hannan-Quinn criter. | -4.756088 | |
| F-statistic | 0.225266 | Durbin-Watson stat | 1.292461 | |
| Prob(F-statistic) | 0.640198 | | | |

FUENTE: Elaboración propia

Estos fueron los datos sobre los cuales se trabajó con la siguiente ecuación:

La ecuación de convergencia que se ha estimado es:⁶

$$\frac{(\ln Y_{T_f} - \ln Y_{T_i})}{t} = a - \left(\frac{1 - e^{-\beta t}}{t}\right) \ln Y_{T_i} + u$$

Donde Y representa el PIBp per cápita, t es el período de tiempo bajo estudio, T_i es el año inicial, T_f el año final, “a” es una constante⁷ y b velocidad de convergencia.

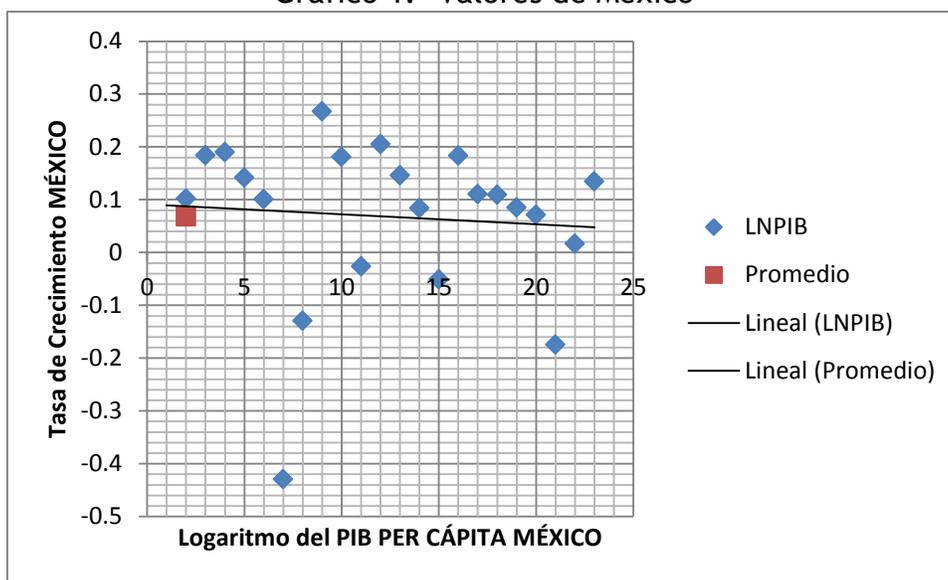
Dando como resultado para México los siguientes valores.

Tabla 4.- Resultados

| | |
|-------|----------------------|
| a | 0.08967034497402600 |
| beta | -0.00189287590287973 |
| lnYtf | 0.134052386313339 |
| lnYti | 0.101588665200235 |
| e | 2.718281828 |
| t | 22 |

FUENTE: Elaboración propia

Gráfico 1.- Valores de México



FUENTE: Elaboración propia

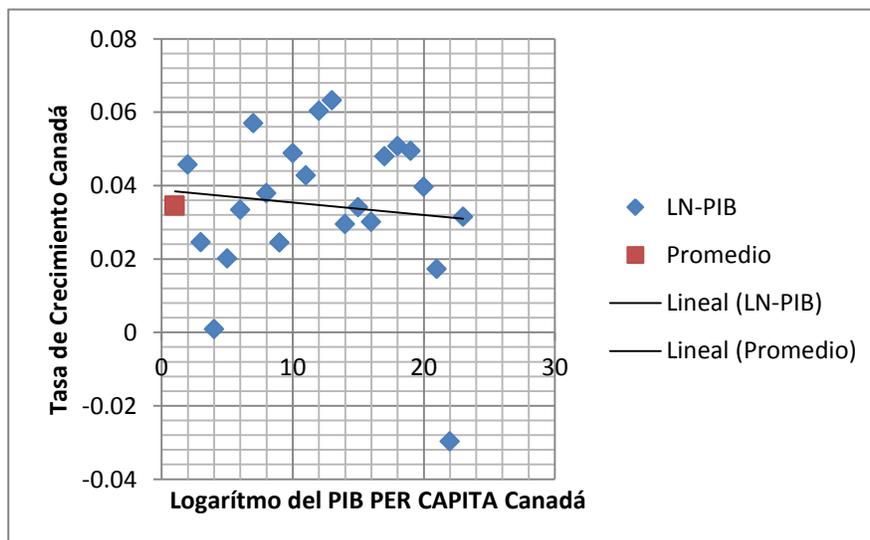
Dando como resultado para Canadá los siguientes valores.

Tabla 5. - Resultados Canadá

| | |
|-------|----------------------|
| a | 0.03846952066233760 |
| beta | -0.00033875539751553 |
| lnYtf | 0.031549056510590 |
| lnYti | 0.045748626331829 |
| e | 2.718281828 |
| T | 22 |

FUENTE: Elaboración propia

Gráfico 2. - Valores Canadá



FUENTE: Elaboración propia

Como resultado de la sustitución de valores en la ecuación planteada obtenemos los siguientes resultados:

México= -0.0072919046786398000

Canadá= -2.5561245963433400000

Con base en estos resultados podemos determinar que las diferencias entre crecimientos han estado reduciéndose por lo cual podemos concluir que no existe convergencia beta entre México y Canadá.

Conclusiones y recomendaciones

Como conclusiones finales a base de los resultados podemos decir que no existe beta convergencia entre México y Canadá bajo la hipótesis de que a pib per cápita menor mayores tasas de crecimiento, ya que Canadá presenta un mayor PIB per Cápita y tasas de crecimiento mayores como se puede ver en las gráficas y en los resultados de la ecuación. México tiene menores tasas de crecimiento y tiene un PIB per cápita menor, es importante recordar que el PIB per Cápita está expresado en dólares por Habitante, evitando con esto problemas en la investigación por tipo de cambio. Esta investigación ha servido para comprender algunas teorías de crecimiento así también como el concepto medianamente nuevo de convergencia económica y de crecimiento de regiones, pudiéndose dar el caso de beta convergencia y cuál es su velocidad de convergencia.

Bibliografía

Bowerman, B. O'Connell, R. Koehler, A. Pronósticos, Series de tiempo y Regresión un enfoque aplicado, Cuarta Edición, Cengage Learning 2009.

Equipo, Editorial, Diccionario de Administración y Finanzas, Primera Edición, Editorial Océano, Barcelona España, 1999.

Hernández Sampieri, Metodología de la Investigación, México, Tercera Edición, Mc Graw Hill 2003.

Robert J. Barro, Xavier Sala-i-Martin, Crecimiento económico, Versión española de la 2ª ed. inglesa, editorial Reverté 2009.

Samuelson, P. Nordhaus, W, Macroeconomía con aplicaciones a Latinoamérica, Decimonovena edición, Mc Graw Hill 2010.

Eumed Enciclopedia Virtual

<http://www.eumed.net/cursecon/18/convergencia.htm>

Red de Revistas Científicas <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/301/30120207.pdf>

<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/866/86611893008.pdf> Beta convergencia en los estados de México.

Impacto de tiendas oxo sobre los abarrotes de Huatabampo, Sonora.
Ariadna Itzel Alcalá Leyva, Ariadna_266@hotmail.com; Alberto Galván Corral & Arturo de la Mora Yocupicio.

Resumen

Esta investigación se desarrolló con el propósito de determinar el impacto que tienen las tiendas de autoservicio OXXO frente a los abarrotes del municipio de Huatabampo, Sonora. El método que se aplicó fue un cuestionario y una entrevista a 14 microempresarios el municipio, mediante muestreo por cuotas de conveniencia. Entre los resultados se observa que los empresarios perciben que los productos de sus abarrotes son de buena calidad, siendo así competitivos con los productos de OXXO, se determina que OXXO esta afectó al 50% de los abarrotes ubicados a su alrededor. Se recomienda la capacitación a los microempresarios, ya que la mayoría de los dueños son personas de edad avanzada y la única actividad con la cual se mantienen económicamente.

Antecedentes

México es considerado un país en vías de desarrollo y altamente industrializado, cuenta con una estructura industrial, la cual ante la demanda del mercado de consumo se puede considerar eficiente o deficiente (Rodríguez, 2002).

En nuestro país cuenta con importantes cadenas de autoservicio desde regionales hasta de talla internacional que se han expandido en cada estado de la república, a medida que pasan los años estas grandes cadenas han abarcado la mayor parte del mercado con la expansión de sus sucursales, dejando por debajo a las microempresas (Schwentelius, 2005).

Leopoldo González, vicepresidente de la Cámara Nacional de la Industria Panificadora y Similares de México, señaló que los principales causantes de la quiebra de miles de pequeños negocios en México son las autoridades federales; esto por consentir la expansión de supermercados que venden por debajo de los

costos de producción. De acuerdo con datos de AC Nielson, citado por Schwentesius, Gómez (2005) el 45% del mercado de alimentos en las grandes ciudades mexicanas, están centralizadas en los supermercados.

Asimismo González (2013) Alertó que en 6 años el 64% de la comercialización de los alimentos de la canasta básica estará en manos de las tiendas de autoservicio. Al saber de la observación que hace Leopoldo González se entiende que es por la capacidad financiera que tienen las tiendas de autoservicio formadas por cadenas lo que facilita la compra de grandes volúmenes de mercancía a bajo costo, lo que significa tener una capacidad muy grande de almacenaje, la cual me permite tener bajos porcentajes de mermas, esto se basa principalmente en los productos no perecederos.

Además se menciona que “cada semana se cierran 500 pequeños negocios, con la consecuente pérdida de empleos, pues por cada supermercado que abre desaparecen 7 plazas laborales” (Chávez, 2013).

La mayoría de las pequeñas empresas tienen una estructura familiar, en la que la familia está involucrada en las actividades de la empresa y la organización de la misma; Por lo general los familiares fungen como socios, acreedores o empleados de estas organizaciones (Anzola, 2002).

Planteamiento del problema

En el municipio de Huatabampo, Sonora se cuenta con 14 tiendas de autoservicios OXXO y 2 más en proceso de construcción en el ejido de Etchoropo y Jupare que pertenecen al municipio de Huatabampo, Sonora. Estas tiendas se

han ubicado de manera estratégica a lo largo de este municipio, afectando seriamente a la economía de los abarrotes que por mucho tiempo han prestado sus servicios a esta cabecera municipal.

Observando dicha situación se dio a la tarea de investigar a fondo de qué manera afecta o beneficia económicamente a los dueños de los abarrotes y hasta dónde estas pueden soportar la competencia con las tiendas de autoservicio, por lo anterior se formula la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo afecta la instalación de una tienda OXXO a las tiendas de abarrotes que están situados geográficamente cerca de los mismos?

Objetivo

Determinar el impacto y efectos que tiene la colocación y expansión de tiendas de autoservicio OXXO en el municipio de Huatabampo, Sonora, a los abarrotes que operan cerca de ellos, mediante la formulación y aplicación de un estudio de mercado, para conocer los grados de afectación socioeconómicos que tiene las tiendas OXXO sobre los abarrotes.

Justificación

Se decidió realizar esta investigación del impacto que tienen las tiendas de autoservicio OXXO contra los abarrotes por que despertó mi curiosidad de saber en qué les afecta ya sea en clientes, ventas, etc., ya que esto ha repercutido directamente a personas allegadas a mí que están o han estado dentro del medio, además de verificar si existen otros abarrotes que les haya afectado

directamente como a las personas que les afectó a tal grado de cerrar su negocio.

Lo que se pretende lograr con dicho trabajo será el determinar si realmente perjudica y con esto concientizar para que no sigan cerrando las microempresas. Además de beneficiar la economía local en Huatabampo, Sonora. Principalmente porque Huatabampo es un municipio agrícola y comerciante, estos conceptos ayudarán al municipio a determinar cuál será la mejor ubicación de tiendas de autoservicio OXXO, esto sin perjudicar a las pequeñas microempresas.

Marco Teórico.

De acuerdo con Porter (1990) citado por Suñol (2006) la competitividad es “la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, como una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad.”

Un tipo de competitividad puede ser la estratégica, la cual se considera como la creación de un plan para crear valor, ya sea a la empresa en general o a un producto en específico (Hitt y Hoskisson, 2004).

Actualmente la competitividad depende mucho de la innovación debido al constante cambio en los gustos de las personas y sus exigencias.

Las tiendas de autoservicio hoy en día son altamente competitivas con las microempresas en México debido a la capacidad de adquisición de grandes volúmenes de mercancías a bajo costo a diferencia de los microempresas no es tan fuerte como las tiendas de autoservicio, además de que las tiendas de

autoservicio aplican variables innovadoras ya sea en tecnología, producción y financieras.

Método

Se aplicó un cuestionario, tomando como referencia el empleado por Santacruz (2007) en cual se modificó en el número de preguntas y considerando cuatro aspectos o dimensiones:

- 1- Mercado
- 2- Calidad
- 3- Tecnología
- 4- Recursos humanos

Se tomó una muestra de las cuatro tiendas OXXO con más concurrencia en Huatabampo, Sonora, se aplicó un cuestionario y entrevista a aquellos abarrotes ubicados a dos cuadras a la redonda de los cuatro OXXO's. El cuestionario se modificó y redujo quedando un total de 27 preguntas con posibles respuestas. El muestreo fue no probabilístico, determinado por muestreo de cuotas de conveniencia.

A continuación se muestra qué variables y preguntas se tomaron en cuenta para determinar la dimensión a medir.

Tabla 1. Relación de variables

| Variable | Dimensión | Indicadores | Pregunta |
|----------------------|--|--|----------|
| Calidad | Control de calidad | calidad de los productos a corto y mediano plazo | 1 |
| | | considerados los productos de buena calidad | 2 |
| | | frecuencia de análisis comparativos de calidad | 3 |
| | | documentación de las normas de calidad | 4 |
| | | inspección de los clientes a sus productos | 5 |
| | | importancia de estrictos controles de calidad | 6 |
| | | programas de reclamaciones de los clientes | 7 |
| | | realiza inspecciones de calidad en los productos | 8 |
| | | utiliza graficas de proceso y control de calidad | 9 |
| Mercado | Precios competitivos | el precio cambia con frecuencia | 10 |
| | Mercado | eficiencia de sus costos de producción | 11 |
| | | capacidad de producción de la competencia | 12 |
| | | analizar precios y costos de la competencia | 13 |
| | | puede producir a costos competitivos | 14 |
| | | conoce los elementos que integran el costo | 15 |
| Nivel socioeconómico | conocimiento del nivel socioeconómico de los clientes | 16 | |
| Distribución | conoce los canales de distribución de sus productos | 17 | |
| | los canales de distribución son mejores que la competencia | 18 | |
| | la posición geográfica permite reducir costos a los clientes | 18 | |
| Tecnología | Maquinaria y Equipo | con qué frecuencia se mejoran los materiales | 20 |
| | | apreciación de la tecnología utilizada | 21 |
| | | inversión en investigación y desarrollo tecnológico | 22 |
| | | monitorea aplicaciones de modernización | 23 |
| | | renovación o actualización de instalaciones | 24 |
| Recursos humanos | Desarrollo de carrera | nivel de escolaridad | 25 |
| | | cuenta con programas de capacitación al personal | 26 |
| | Capacitación | técnicas que utiliza la empresa para capacitar al personal | 27 |

Fuente: Adaptado de Santacruz (2007)

A partir de lo anterior, se realizó una entrevista a los participantes donde se les plantearon básicamente dos preguntas abiertas a los abarrotos en la cual explicaban si les afecto la instalación de OXXO aquellos microempresarios que dijeron que si se expresaron que tanto les ha afectado y en que variables, tales como ventas, clientes, etc.

Escalas de Medición

Para el cuestionario aplicado, una vez definidas las variables, es necesario agregarles un valor matemático para analizarlas. Se utilizó la escala de Likert para cuantificar el instrumento de medición que utilizan la mayoría de las investigaciones, cuando se evalúan actitudes y opiniones.

Se ofrecieron posibles respuestas para cada pregunta ya sea positiva o negativa; no todas las respuestas fueron iguales cada pregunta tiene su posible respuesta. Al responder el microempresario indica su reacción concediendo un número a cada una las posibles respuestas fueron:

| | | |
|---|---|--|
| Para 10 preguntas sus respuestas fueron: Siempre Con frecuencia A veces Nunca | Para 1 pregunta sus respuestas fueron: Muy eficiente Eficiente Ineficiente Muy eficiente | Para 1 pregunta sus respuestas fueron: Hace un año Entre 1 y 3 Entre 3 y 5 Más de 5 |
| Para 4 preguntas sus respuestas fueron: Muy de acuerdo De acuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo | Para 1 pregunta sus respuestas fueron: Muy moderna Moderna Obsoleta Muy obsoleta | Para 1 pregunta sus respuestas fueron: Todos casi todos Pocos Ninguno |
| Para 7 preguntas sus respuestas fueron: Definitivamente si Probablemente si Probablemente no Definitivamente no | Para 1 pregunta sus respuestas fueron: Muy definido Definido Poco definido No está definido | Para 1 pregunta sus respuestas fueron: Licenciatura Estudios Técnicos Educación media Educación básica |

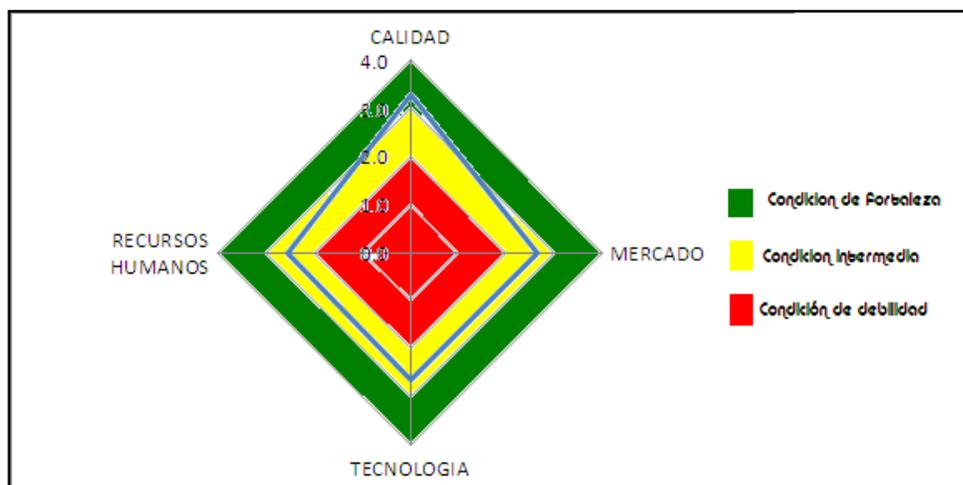
Resultados y discusión

La obtención de las entrevistas fueron personalmente, la duración de las entrevistas fue alrededor de 20 a 25 minutos. El llevar a cabo las entrevistas fue fácil en algunos abarrotes que decidieron tomarse el tiempo de contestar a diferencia de otros que no querían entrevistas pensando que era por parte de OXXO, aun presentando identificación como estudiante de ITSON.

Se observó que la mayoría de los entrevistados eran personas de la tercera edad que era de lo único que se mantienen puesto que no pueden trabajar en otra actividad por su avanzada edad.

Los datos que se obtuvieron al aplicar el cuestionario a los abarrotes que se encuentran a dos cuadras alrededor de los OXXO's, ubicados en el Municipio de Huatabampo, Sonora, se presentan en una gráfica tipo telaraña, son los siguientes:

Gráfica 1. Valores promedio de competitividad por variable.



Fuente: Elaboración propia.

Como se aprecia en la gráfica el 3.3 de promedio representa la condición de fortaleza en la variable calidad, por lo que los empresarios perciben que la calidad de sus productos es buena y competente.

Además se observan en amarillo las áreas de oportunidad en las variables de Mercado con un 2.7, al igual que tecnología con un 2.7 y por último Recursos Humanos con un valor más bajo del 2.5. Por último, se determina que ninguna variable está en zona de debilidad.

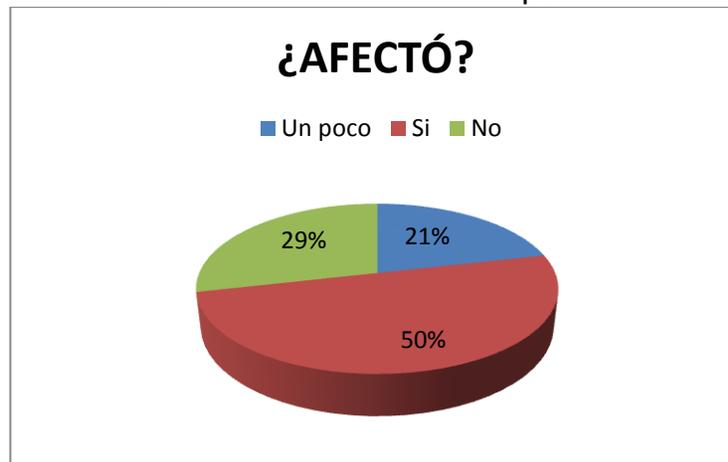
Después de realizar dicha entrevista los resultados arrojados fueron los siguientes, si realmente afectó o no a algunos microempresas mostradas en la tabla 2.

Tabla 2. Efectos de Oxxo en abarrotes

| ¿AFECTO OXXO? | SI | NO | UN POCO |
|---------------|----|----|---------|
| OXXO 1 | 2 | 1 | 2 |
| OXXO 2 | 2 | 1 | 1 |
| OXXO 3 | 2 | 1 | 0 |
| OXXO 4 | 1 | 1 | 0 |

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 2. Nivel de afectación percibida.



Fuente: Elaboración propia.

El 50% de los abarrotes les afecta directamente el tener ubicado un OXXO cerca, el 21% dijo que un poco ya sea en algún producto en particular o clientes y por último el 29% dijo que no, esto debido a que las tiendas OXXO no están muy cerca de ellos, a diferencia de los demás abarrotes que dijeron que sí les afectaba por estar cerca de ellos.

Conclusiones y recomendaciones.

OXXO está afectando gran parte de los abarrotes en Huatabampo, Sonora, se recomienda concientizar el problema que se está reflejando en dicho municipio ya que se está observando que los microempresarios están disminuyendo su poder adquisitivo y se les hace muy difícil poder mantener su negocio por lo cual algunos abarrotes decidieron cerrar definitivamente.

Principalmente se recomienda capacitar a los dueños y empleados de los abarrotes ya que se encontró esta área de oportunidad esto para hacer frente a la competencia que tienen con OXXO y poder mantener activo su negocio.

Además de apoyarlos y orientarlos ya que la mayoría de los entrevistados son adultos mayores y es la única actividad que realizan para mantenerse económicamente.

Una recomendación más seria sería hacer un estudio de percepción de los clientes cuáles son sus necesidades que los motivan a una satisfacción y sus expectativas.

Bibliografía

- Anzola, S. (2002). *Administración de pequeñas empresas*. México D.F: McGRAW-HILL/Interamericana editores, S.A de C.V.
- Chávez Maya, H. A. (07 de febrero de 2013). Cierran 8,000 pequeñas panaderías en 2012. *El financiero*, pág. 1.
- Flores Romero, B., & González Santoy, F. (10 de Marzo de 2009). La competitividad de las Pymes morelianas. México, Morelia , Michoacan.
- Hitt R., M. A., & Hoskisson , R. E. (2004). *Administración Estratégico*. México D.F.: Internacional Thomson editores, S.A de C.V.
- Rodríguez Valencia, J. (2002). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. México D.F: International Thomson Editores, S.A de C.V.
- Santacruz de León, E. E. (2007). Las transformaciones económica de la agricultura de exportación del Soconusco, en la segunda mitad del siglo XX. México , Estado de México, Chapingo.
- Schwentenius Rindermann, R., & Gómez Cruz, M. Á. (2005). Supermercados y su impacto sobre la comercialización de Hortofrutícolas y pequeños productores en México. *Banco Nacional de Comercio Exterior, S, N, C.*, 2018.
- Suñol, S. (2006). Aspectos teórico de la competitividad . *Ciencia y Sociedad*, 198.

Análisis del desempeño económico sexenal, de Zedillo a Calderón
Olga Michel Beltrán Trasviña, lehcim_13@hotmail.com; Alberto Galván Corral &
Carlos Jesús Hinojosa Rodríguez.

Resumen

A lo largo de los últimos sexenios, los indicadores económicos del país se han visto afectados por una serie de eventos, dos muy significativos fueron el llamado “error de diciembre” en 1994 y la crisis hipotecaria iniciada en Estados Unidos en 2008, en ambos casos el papel que jugó el gobierno federal de cada país fue ampliamente criticado. El presente trabajo tiene por objetivo el comparar el desempeño de la economía del país de los últimos dos sexenios, mediante modelos de análisis de varianza. En los resultados obtenidos se puede observar una disminución en el nivel de cartera vencida, un mejoramiento del PIB. Sin embargo, se observan efectos negativos en la economía, debido a la baja en la ocupación.

Antecedentes:

El periodo comprendido de 1989 a 1994 fue de gran importancia para la banca mexicana pues su desempeño en ese tiempo fue de mucha actividad primeramente en la administración del gobierno y posteriormente al momento de privatizarse, al realizarse actividades como una reorganización del sistema bancario y una administración un tanto agresiva se fueron creando elementos negativos no analizados correctamente y fueron estos elementos los que se consolidaron como parte de las bases de la crisis de finales de 1994. (Romo, 2002).

Para enfrentar dicha crisis el ex presidente Ernesto Zedillo realizó tres reformas al marco legal referentes al sistema bancario del país en 1995, la primera se enfocó en ampliar la capitalización de las instituciones crediticias y sus sociedades controladas a través de dar apertura al capital extranjero, su segunda reforma consistió en unir las comisiones nacionales bancarias y la de

valores con lo que se creó la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, la última disposición se enfocó en dar seguridad a los usuarios de la banca, en evitar el lavado de dinero y ampliar el capital social de los bancos. (Nuñez, 1995).

Por su parte durante su sexenio el ex presidente Vicente Fox presentó en su administración una tasa de crecimiento medio anual de 1.5%, el desempleo fue aumentando, a principio de su administración se encontraba en 2.6% y para finales de la misma se ubicó en 3.5%, por otro lado la inflación disminuyó durante este período pues paso de 9.51% a 4.1%. (Centro de Estudios de las Finanzas Públicas, 2006).

En comparación en el sexenio del ex presidente Felipe Calderón el PIB disminuyó de 4.8% en 2006 a 3.3% en 2012, la inflación se posicionó en 4.6% a finales de su administración, la tasa de interés, CETES a 28 días se ubicó en 4.25% y la tasa de desempleo aumentó, pues al inicio de su administración se encontraba en 3.5% para 2012 se colocó en 5.0%. (Damm, 2013).

Planteamiento del problema

A lo largo de los últimos dos sexenios, los indicadores económicos del país se han visto afectados por una serie de eventos tanto macro como microeconómicos, muestra de ello son las crisis que el país ha enfrentado, una fue la llamada “error de diciembre” en 1994 y la segunda fue la crisis hipotecaria iniciada en Estados Unidos en 2008.

Dichos efectos también han sido ocasionados por medidas o decisiones que han tomado tanto el poder federal como el legislativo, como lo son las leyes,

reformas, regulaciones, etc., que éstos implementan para la organización y funcionamiento de la economía de un país, dichas decisiones no solo modifican el comportamiento de los indicadores económicos del país, si no que estas modificaciones afectan directa o indirectamente a la población, un ejemplo de ello puede ser el aumento de la inflación, ésta provoca aumento en los precios de los productos por lo que las personas necesitan más dinero para poder adquirir dichos productos y esto se traduce en un menor poder adquisitivo por parte de las familias mexicanas ¿Qué repercusiones positivas o negativas tienen las disminuciones o aumentos en los indicadores económicos para el país y la población en general?

Objetivo

Analizar el desempeño de la economía del país a lo largo de los últimos dos sexenios a través de un modelo econométrico, analizando el comportamiento de variables económicas relevantes para identificar los resultados que cada uno de los sexenios ha obtenido en relación de dichas variables y como se ha afectado o beneficiado a la población y al mismo país con dicho resultados.

Justificación

El comportamiento de los indicadores económicos de un país es de vital importancia, pues a través de ellos se muestra la situación del país en cuestión, se mide de manera cuantitativa el avance o retroceso que éste ha tenido, sirven como punto de comparación con otros países, pero sobre todo estos indicadores

miden el estilo de vida que puede existir entre la población, pues en ellos se muestra el desempleo que existe en dicho país, la pobreza, el nivel de precios que éste tiene en sus productos, etc.

El trabajo aquí presentado es relevante para observar los indicadores en los que México ha estado teniendo un bajo desempeño y ver como éstos han afectado en el país para de esta manera buscar cómo se puede impulsar el avance de dichos indicadores.

Marco Teórico

A continuación se presentan de una manera muy general algunos conceptos de términos relevantes para este trabajo relacionado con la economía del país y el gobierno.

La economía puede ser vista desde puntos de vista diferentes, una de ellas puede ser la manera subjetiva como la define Lionel Robbins como “la ciencia que se encarga del estudio de la satisfacción de las necesidades humanas mediante bienes que siendo escasos tienen usos alternativos entre los cuales hay que optar”.

Otra forma de verla es la objetiva y desde el punto de vista de Federico Engels, “la economía política es la ciencia que estudia las leyes que rigen la producción, la distribución, la circulación y el consumo de los bienes materiales que satisfacen necesidades humanas” (Minier, 2012).

Según Rojas, (1971) el gobierno dirige la vida de una nación, por medio de mandatos, recomendaciones y con la cooperación de los gobernados. El gobierno

manda por medios de leyes y demás disposiciones de carácter general; pero también puede tomar decisiones de carácter particular como decretos, acuerdos, órdenes, instrucciones y decisiones administrativas.

En términos generales se acepta que “el gobierno es la organización que representa al Estado para el cumplimiento de sus objetivos y metas” (Castelazo, 2007).

Un indicador económico es un dato estadístico sobre la economía que permite el análisis de la situación y rendimiento económico pasado y presente así como realizar pronósticos para el futuro. Una de las aplicaciones de los indicadores económicos más destacada es el estudio de los ciclos económicos. (S/A, 2012).

Dentro de los indicadores económicos se encuentra la inflación la cual se refiere al aumento generalizado y persistente de los precios de una economía. Es uno de los principales indicadores económicos pues refleja la existencia de desequilibrios en uno o más mercados. (Witch, 1995).

De igual manera (Rosenberg, S/A) los define como un incremento en el nivel de precios que da lugar a una disminución del poder adquisitivo del dinero. (T.C., 2008).

Por último el sistema bancario es el conjunto de instituciones de una economía que ayudan a conectar el ahorro y la inversión. Está integrado por las entidades de depósito: bancos, cajas de ahorro, las cooperativas de crédito y cajas rurales. (S/A, S/F).

Método

El tipo de investigación es cuantitativa descriptiva. Se formularon modelos de análisis de varianza (ANOVA) en donde las variables dependientes son diversas variables macroeconómicas, que se describen posteriormente y la variable independiente es una variable instrumental, también conocida como categórica, las variables empleadas fueron: sexenio de Fox y sexenio de Calderón, de acuerdo a lo sugerido por Carrascal, González y Rodríguez (2001). Es pertinente señalar, que para todos los modelos, el método empleado fue el de mínimos cuadrados ordinarios, tanto para los modelos, como para las pruebas a los coeficientes se empleó un nivel de confianza del 95 por ciento. Para cada modelo se presenta el coeficiente, su error estándar, el valor del estadístico de prueba y su probabilidad.

Las variables utilizadas en esta investigación son las que a continuación se describen. Se utilizaron primeramente variables dicotómicas para los períodos de tiempo de los últimos dos sexenios. Posteriormente se procedió a la recopilación de las variables dependientes, la primer variable es la Cartera Vencida la cual fue obtenida de Banxico, la periodicidad es mensual y la unidad de medida está en millones de pesos; otra de las variables empleadas es Ocupación la cual se obtuvo de INEGI, su periodicidad es mensual y su unidad de medida es en porcentaje. La tercera variable empleada fue la Inflación, tomada de INEGI, con periodicidad mensual y unidad de medida variación porcentual.

Para estas tres variables, mencionadas anteriormente, la muestra fue desde el mes de diciembre de 2000 al mes de noviembre de 2012.

Otro indicador económico importante es el PIB dicho dato proviene de INEGI y los datos comprenden desde el primer trimestre de 1995 hasta el cuarto trimestre de 2012, con una periodicidad trimestral, la unidad de medida es millones de pesos a precios corrientes.

Resultados y discusión

Los resultados obtenidos en el modelo de análisis de la varianza (ANOVA) con cada una de las variables se presentan a continuación.

Tabla No. 1. Modelo de cartera vencida

| Variable Dependiente: CV | | | | |
|------------------------------|-------------|----------------|-------------|--------|
| Observaciones Incluidas: 144 | | | | |
| Variable | Coeficiente | Error estándar | t-Statistic | Prob. |
| FOX | 102547.4 | 4783.354 | 21.4384 | 0.0000 |
| CALDERON | -47724.93 | 6764.684 | -7.055012 | 0.0000 |

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 1 indica que la cartera vencida durante el sexenio de Calderón disminuyó con respecto al sexenio de Fox 47724.93 millones de pesos.

Esto indica que en el último sexenio las empresas y/o personas han mejorado su capacidad de pago y han podido cubrir los pagos de los créditos a los que han recurrido.

Tabla No. 2. Modelo de Inflación

| Variable Dependiente: INFLACIÓN | | | | |
|---------------------------------|--------------|----------------|-------------|--------|
| Observaciones Incluidas: 144 | | | | |
| Variable | Coefficiente | Error estándar | t-Statistic | Prob. |
| FOX | 0.37 | 0.040699 | 9.091113 | 0.0000 |
| CALDERON | -0.015278 | 0.057557 | -0.265436 | 0.7911 |

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la inflación, en la tabla 2 se puede apreciar que durante el gobierno de Fox se encontraba ubicada en 0.37 por ciento, durante el sexenio de Calderón la inflación disminuyó a 0.354722 por ciento.

Este indicador ha venido variando y en los últimos años se ha mantenido un tanto constante, si bien en la tabla se muestra que ha venido disminuyendo, por los altos niveles que este indicador en un tiempo presentó, se afectaron los precios de los productos inclusive de la canasta básica.

Tabla No. 3. Modelo de Ocupación

| Variable Dependiente: OCUPACIÓN | | | | |
|---------------------------------|--------------|----------------|-------------|--------|
| Observaciones Incluidas: 144 | | | | |
| Variable | Coefficiente | Error estándar | t-Statistic | Prob. |
| FOX | 96.64347 | 0.08065 | 1198.307 | 0.0000 |
| CALDERON | -1.412432 | 0.114056 | -12.38363 | 0.0000 |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 3 se muestra como el nivel de empleo ha disminuido, durante el sexenio de Calderón aunque fue baja la variación que existió con respecto al gobierno de Fox pues solo disminuyó 1.412432 por ciento.

Lamentablemente el nivel de desempleo se encuentra en aumento cada vez con más medida y son más las personas que no pueden conseguir trabajo o son despedidos de sus empleos, como se observa en la tabla 3, la ocupación disminuyó a 95.231038 por ciento, una disminución que representa a todas las personas que han perdido su trabajo y a todos los jóvenes recién egresados que no encuentran trabajo para desempeñar sus conocimientos.

Tabla No. 4. Modelo de Pib

| Variable Dependiente: PIB | | | | |
|-----------------------------|-------------|----------------|-------------|--------|
| Observaciones Incluidas: 49 | | | | |
| Variable | Coeficiente | Error estándar | t-Statistic | Prob. |
| FOX | 8158252 | 289661.3 | 28.1648 | 0.0000 |
| CALDERON | 4904025 | 413888 | 11.84868 | 0.0000 |

Fuente: elaboración propia.

El Pib a través de los últimos dos sexenios ha venido en aumento, durante la administración de Fox el Pib se encontraba en 8, 158,252 millones de pesos, durante el gobierno de Calderón este indicador aumentó 4, 904, 025 millones de pesos lo que representa un considerable avance con respecto de dicha variable, se puede observar que a lo largo del tiempo México ha aumentado su producción cada vez más.

Conclusiones y recomendaciones:

El documento aquí presentado muestra el comportamiento que algunos de los indicadores económicos han tenido a lo largo de los dos sexenios pasados, al realizar los modelos econométricos, a continuación se presentan las conclusiones de dicho estudio.

- La cartera vencida que se presenta en este trabajo según los resultados aquí presentados muestra un decrecimiento, dicho en otras palabras, la capacidad de pago de los deudores ha mejorado.
- Sin embargo este indicador a presenta niveles altos y debe controlarse en una mayor medida, regulando tal vez el otorgamiento de los créditos para evitar problemas como los que provocaron la crisis hipotecaria de 2008 en Estados Unidos.
- La inflación se mantiene en niveles bajos, aunque un poco por encima de las metas de inflación establecidas por el Banco de México, es importante este indicador se mantenga controlado para evitar el aumento de los precios, sobre todo de la canasta básica. Banxico ha empleado medidas regulatorias para controlar la inflación.
- La ocupación del país ha disminuido, por lo que cada vez es más difícil encontrar trabajo o mantenerlo, es curioso que en el sexenio de Calderón se presente una caída en este concepto, máxime cuando como candidato, se ostentó como el candidato y una vez electo, como el presidente del empleo.

- Por último el PIB se muestra que ha venido incrementándose, lo que es bueno para el país pues en comparación con otros países México se ha colocado en niveles bajos y es bueno que aumente su producción para que logre aumentar al mismo tiempo su competitividad, el reto para México, es crecer a un ritmo en el que mejore el empleo, ingreso y en consecuencia la calidad de vida.

Por último, se recomienda, sobre todo en estos tiempos de turbulencia, confrontación, animosidad y efervescencia, en parte por algunas iniciativas del actual presidente Peña, que es importante recurrir a este tipo de análisis y comparaciones, para sobre una base, cuantitativa y objetiva, no ser presas fáciles de los agentes políticos, pues pareciera que lo único que les interesara a éstos, es desvirtuar la realidad para quedar bien con el electorado, solo con miras a mejorar en su carrera política.

Bibliografía

Carrascal, U., González Y., Rodríguez B. (2001). *Análisis econométrico con Eviews* (segunda reimpression). México: Alfaomega.

Centro de Estudios de las Finanzas Públicas (2006). *Indicadores económicos básicos* (CEFP/040/2006) Cd. de México, México: Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión.

Damm, Arturo (2013, 10 de febrero). La economía mexicana 2006-2012. *Crónica online* Diccionario de Finanzas. España. Recuperado el 29 de Marzo del 2013 en http://www.euroresidentes.com/empresa_empresas/diccionario_de_empresa/finanzas/s/sistema-bancario.htm

Efxto (2012, 26 de junio). Indicador económico. *Efxto Comunidad forex*. Recuperado el 29 de Marzo del 2013 en <http://www.efxto.com/diccionario/i/3613-indicador-economico>

Minier, Fabián (2012). Definición de Economía según algunos Expertos y Autores. *Economía para todos y algo más*. Recuperado el 29 de Marzo del 2013 en <http://economiaparatodosyalgomas.blogspot.mx/2012/06/definicion-de-economia-segun-unos.html#!/2012/06/definicion-de-economia-segun-unos.html>

Núñez E., H.R. (1995) La política bancaria del gobierno zedillista. Las medidas de salvamento de la cartera vencida y las reformas al marco legal. *Gestión y Estrategia edición de internet*, 8, s/p. Recuperado el 29 de Marzo del 2013 en <http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num8/doc3.htm>

Romo, Daniel (2002). *La Banca de México* (Inf. Téc. No. 1). DF, México: Instituto Politécnico Nacional, Departamento académico y de difusión.

T.C., Fiorela (2008, 31 de Octubre). 10 DEFINICIONES PARA INFLACION DE DIFERENTES AUTORES. *La Contabilidad en las MYPES*. Recuperado el 29 de Marzo del 2013 en <http://fiorelataipe.blogspot.mx/2008/10/10-definiciones-para-inflacion-de.html>

Zavariz, Armando (2010). *La comunicación gubernamental en los Ayuntamientos de Veracruz, periodo 2008 - 2010*, Escuela Libre de Ciencias Políticas y Administración Pública de Oriente, Veracruz, México.

Parte II

Desarrollo Sustentable

Diagnóstico del desarrollo ambiental sustentable en las comunidades de Punta de Laguna, Rancho Camargo y Cutantaca de la Comisaría de San Ignacio Cohuirimpo, Municipio de Navojoa, Sonora.

Aldo Abraham Silva Páez, aabraham.svapz@hotmail.com; Erika Ivett Acosta Mellado & Cecilia Murillo Félix.

Resumen

En la actualidad el deterioro ambiental ha adquirido gran importancia por la relación existente entre ambiente-desarrollo, ya que se requiere un entorno natural sano y equilibrado para el desarrollo integral de una sociedad. Este trabajo de investigación, se da a conocer la situación o condición de vida de tres comunidades rurales pertenecientes a la comisaría de San Ignacio; Cutantaca, Punta de la Laguna, y Rancho Camargo. En materia de Desarrollo Ambiental Sustentable. En este sentido se ha elaborado un diagnóstico de las comunidades tomando como herramienta principal la propuesta de participación regional, elaborada por el autor Pablo Wong, 1995, llegando a la conclusión principal que la sociedad carece de una cultura ambiental necesaria para lograr el equilibrio antes mencionado.

Antecedentes

El crecimiento económico se refiere al incremento porcentual del producto interno bruto (PIB) de cada nación en un periodo de tiempo; mientras que el Desarrollo Económico se enfoca a las condiciones y calidad de vida de las naciones, comparando indicadores económicos tales como, los ingresos per cápita, producción industrial, o bien el crecimiento económico.

El concepto de sustentabilidad surge como una propuesta en contra de la explotación de los recursos hasta su agotamiento, es decir, aprovechar los recursos existentes pero sin comprometer el bienestar de las generaciones futuras Valentinuzzi (2000).

El concepto de desarrollo sustentable establece una estrecha vinculación entre: crecimiento económico, equidad social y protección del medio ambiente.

Esto es a causa que los países industrializados se percataron del consumo económico desmedido que se llevaba que a su vez se comprometía significativamente la disponibilidad y calidad de los recursos naturales necesarios para vivir.

El desarrollo sustentable es un proceso integral que exige a los distintos actores de la sociedad compromisos y responsabilidades en la aplicación del modelo económico, político, ambiental y social, así como en los patrones de consumo que determinan la calidad de vida. Para competir en mercados nacionales y extranjeros el sector productivo debe incorporar la sustentabilidad en sus operaciones, relaciones con los trabajadores y la comunidad.

El término desarrollo sostenible, perdurable o sustentable se aplica al desarrollo socio-económico y fue formalizado por primera vez en el documento conocido como Informe Brundtland (1987), fruto de los trabajos de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas, creada en Asamblea de las Naciones Unidas en 1983. Dicha definición se asumiría en el Principio 3. ° De la Declaración de Río (1992):

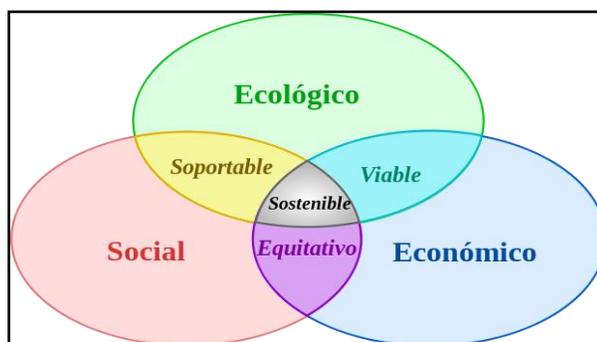
Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades.

El ámbito del desarrollo sostenible puede dividirse conceptualmente en tres partes: ambiental, económica y social. Se considera el aspecto social por la relación entre el bienestar social con el medio ambiente y la bonanza económica.

Deben satisfacerse las necesidades de la sociedad como alimentación, ropa, vivienda y trabajo, pues si la pobreza es habitual, el mundo estará encaminado a catástrofes de varios tipos, incluidas las ecológicas. Asimismo, el desarrollo y el bienestar social, están limitados por el nivel tecnológico, los recursos del medio ambiente y la capacidad del medio ambiente para absorber los efectos de la actividad humana.

Ante esta situación, se plantea la posibilidad de mejorar la tecnología y la organización social de forma que el medio ambiente pueda recuperarse al mismo ritmo que es afectado por la actividad humana.

Figura 1: Desarrollo Sostenible



Fuente: Elaboración Propia.

Toda la década de los años ochenta fue declarada por las Naciones Unidas como La “Década Perdida”. Muchas economías no desarrolladas y excesivamente endeudadas donde México no fue la excepción.

Para los años noventa, la sustentabilidad del desarrollo pasó de ser exigencia emergente, a un tema obligado tanto en el debate político como en cualquier programa de gobierno. En México se ha buscado instaurar un régimen jurídico normativo, que coordine las problemáticas ambientales y la utilización sustentable del stock de capital natural.

En este mismo sentido, la carta Magna a partir del artículo 27 se refiere implícitamente a la conservación de los recursos naturales, se ha dado suma importancia al medio ambiente; “La Nación tendrá todo el tiempo el derecho de imponer a la propiedad privada las modalidades que dicte el interés público, así como el regular, en beneficio social, el aprovechamiento de los elementos naturales susceptibles de aprobación, con el objeto de hacer una distribución equitativa de la riqueza pública, cuidar de su conservación, lograr el desarrollo equilibrado del país y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población rural y urbana...”. “Conservación, mejoramiento y crecimiento de los centros de población; para preservar y restaurar el equilibrio ecológico...” Escobar (2007).

Ante el creciente reclamo de la sociedad civil por crisis ambientales en zonas metropolitanas, en 1983 se crea la Secretaria de Desarrollo Urbano y Ecología (SEDUE). En 1988, se publica la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente (LGEEPA), dentro de esta Ley, se reunieron un conjunto de herramientas jurídicas que han hecho posible los avances en torno a la gestión ambiental, ya que no sólo regulan la contaminación ambiental, sino que también incorpora el tema del uso sustentable de los recursos naturales.

Planteamiento el problema

Esta investigación va dirigida a tres comunidades rurales de la Comisaría de San Ignacio, Municipio de Navjoa Sonora, en materia de Desarrollo Ambiental Sustentable.

De acuerdo a esto nacen las siguientes interrogantes: ¿Qué situación se vive en la actualidad en materia ambiental en las comunidades de Cutantaca, Punta de la Laguna y Rancho Camargo?, ¿Cuál es el nivel de concientización en estas comunidades, según la metodología de Pablo Wong, específicamente en el pilar de Desarrollo Ambiental Sustentable? Y, ¿Cuál es una medida de posible solución para el cuidado del medio ambiente en estas localidades?

Objetivos

El objetivo de la presente investigación es elaborar un diagnóstico de la situación actual en las comunidades de Cutantaca, Rancho Camargo y Punta de la Laguna en referencia de materia ambiental y administración de los recursos naturales. El objetivo general de esta metodología de análisis estratégico y desarrollo rural será el de conjuntar esfuerzos locales para promover el desarrollo integral de la comunidad en la que se impacta directamente, con el fin de elevar realmente el nivel de vida y bienestar de sus habitantes.

Justificación

La administración de los recursos naturales, es un nuevo tema de discusión global, en que se plantea el término “sustentable” ahora en materia ambiental, donde se planea un trabajo no solamente de las grandes metrópolis o grandes ciudades; si no un trabajo en equipo de hasta las más pequeñas poblaciones, por la conservación del medio ambiente, y el uso racional de recursos, satisfaciendo necesidades presente, sin alterar futuras planeaciones/generaciones.

El llevar a cabo investigaciones este tipo, para medir las condiciones de vida de la población da la posibilidad de encontrar fortalezas, así como las áreas de oportunidad que afectan a la sociedad, siendo el caso, mediante técnicas metodológicas se pueden llevar a cabo diferentes programas o dependencias gubernamentales o No gubernamentales, que apoyan con proyectos y/o inversiones en pro del medio ambiente y crear cultura sobre el cuidado del mismo.

Mediante la realización de este diagnóstico será posible desarrollar alternativas que mejoren las condiciones de vida de los habitantes de las comunidades de Cutantaca, Punta de la Laguna y Rancho Camargo. La importancia de realizar estudios es para detectar las áreas de oportunidades de mejora, en cuanto a la administración de recursos naturales y la concientización del uso de los mismos.

Marco Teórico

En este apartado se expondrán los principales conceptos y teorías utilizadas, que sirvieron para brindar conocimiento sobre los aspectos más relevantes y qué factores han influido a lo largo de la historia en la implementación y ejecución de propuestas de solución en el aspecto del Desarrollo Ambiental en distintos países, estados, municipios, comunidades entre otros.

Se define sustentable como, Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus

propias necesidades término creado por “La Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas”. Declaración de Río (1992).

Hay dos conceptos fundamentales en lo que se refiere al uso y gestión sostenibles de los recursos naturales del planeta. En primer lugar, deben satisfacerse las necesidades básicas de la humanidad, comida, ropa, lugar donde vivir y trabajo. Esto implica prestar atención a las necesidades, en gran medida insatisfechas, de los pobres del mundo, ya que un mundo en el que la pobreza es endémica será siempre proclive a las catástrofes ecológicas y de todo tipo. En segundo lugar, los límites para el desarrollo no son absolutos, sino que vienen impuestos por el nivel tecnológico y de organización social, su impacto sobre los recursos del medio ambiente y la capacidad de la biosfera para absorber los efectos de la actividad humana. Ante esta situación, se plantea la posibilidad de mejorar la tecnología y la organización social de forma que el medio ambiente pueda recuperarse al mismo ritmo que es afectado por la actividad humana.

El objetivo del desarrollo sostenible es definir proyectos viables y reconciliar los aspectos económico, social, y ambiental de las actividades humanas; "tres pilares" que deben tenerse en cuenta por parte de las comunidades, tanto empresas como personas.

El desarrollo sustentable a nivel regional en la actualidad debe representar una preocupación a nivel planetario. El desarrollo en términos generales debe entenderse como sinónimo de bienestar y una reciprocidad entre el hombre y el medio ambiente.

Es por ello que es de suma importancia la búsqueda del desarrollo sustentable en las comunidades más desprotegidas de nuestro país, con el objeto de impactar positivamente en el bienestar social.

Se ha demostrado que el uso y la disminución de la calidad del medio tienen un costo económico para toda la sociedad. De ahí es donde se empieza a buscar la manera de calcular los costos por contaminar, así como las formas más efectivas y menos contaminantes de producir y consumir.

Es así, como actualmente, los postulados han tomado una nueva dirección, rubros tales como Eco-desarrollo, Desarrollo Sustentable, Eco-eficiencia, Transformación Productiva con Equidad e Industrias Ambientalistas, han adquirido un gran significado. Ahora, ya no se ven como un límite al crecimiento, sino que se orientan en el sendero del desarrollo sustentable y el Eco-desarrollo haciendo nacer y destacar, los diferentes enfoques ecológicos los cuales tienen como su principal objetivo la protección y el cuidado del medio ambiente (Godínez, 1995):.

Enfoque neoliberal: En cuya cabeza se encuentra Denis Lepeg, propone privatizar los bienes ecológicos o vender los derechos de contaminación. El enfoque plantea, que la solución consiste en internalizar los costos, es decir, que quien contamine financie los costos de tal contaminación; y que en la formación de precios se contemplen dichos costos de reparación.

Enfoque Neokeynesiano: El propósito del Enfoque Neokeynesiano, es lograr una protección ambiental a futuro, que pueda servir para estabilizar las

estructuras políticas y económicas causantes del deterioro ambiental, generando empleos y subsanando los efectos ambientales.

Enfoque radical: Consiste en dejar de lado el modelo industrial que se ha venido llevando a cabo, e incorporar un nuevo sistema social, que tenga como base un mecanismo económico de esencia ecológica, es decir, una nueva visión de crecimiento, en donde los elementos económicos coexistan con los naturales y se establezcan mutuamente.

Enfoque estructural: Se basa en los estudios realizados por Martín Janicke, para el periodo 1982-1988, en 32 países industrializados donde se mide el impacto ocasionado por el crecimiento acelerado del PIB en función con el desarrollo del desgaste ambiental. El cual implica que solamente aplicaría en casos de países desarrollados. (Hernández, 2009).

Se piensa que los planteamientos básicos de cada una de éstas escuelas, tiene un aporte importante y un sustento válido. Sin embargo, podría considerarse que dadas las actuales formas de desarrollo económico y conociendo la tendencia de los nuevos modelos de crecimiento, el enfoque que mayormente podría llevar a una real conciliación entre ecología y desarrollo, giraría en torno al enfoque neoliberal, en el cual nuevamente las leyes del mercado estarían regulando los procesos de contaminación, de tal forma que los costos de la contaminación podrían internalizarse, es decir, que los que contaminen paguen y reparen la degradación. Por otra parte, es importante, no olvidar que la implementación no es fácil y que la viabilidad de ésta depende de

las circunstancias particulares y específicas del país o región donde se pretenda implementar. (Godínez, 1995).

En México como en el resto de América Latina, se reconoce que a pesar de los avances en la materia, la planificación tradicional en general y los programas de ordenamiento ecológico y territorial en particular, éstos últimos como instrumentos de gestión ambiental directamente ligados al uso del suelo, los esfuerzos han sido preferentemente indicativos y no han estado respaldados políticamente con una aplicación eficaz

Método

Para la realización del diagnóstico se seguirá la metodología de Pablo Wong -González diseñada para realizar diagnósticos económicos buscando siempre el desarrollo local sustentable.

Según Wong (2005), “el proceso de desarrollo local y su monitoreo responden más directamente a las necesidades, prioridades y metas de la población sujeto de la acción. En tal sentido, este enfoque participativo reconoce la relevancia de incluir a los beneficiarios y otros participantes del proyecto en los procesos de diseño y realización de la evaluación”.

La metodología consiste en la recolección de información específica con ciertos factores claves y representativos de la comunidad, a través de cuestionarios previamente elaborados. Para ello se contemplan cuatro grandes áreas de las cuales se desprenden preguntas a detalle. En primer término se tiene el Desarrollo Económico Sostenible; le sigue el Desarrollo Social Equitativo;

después el Desarrollo Ambiental Sustentable y por último el Desarrollo Institucional y Participativo. A cada respuesta se le da un valor entre 1 y 6, siendo 1 un desarrollo nulo y 6 el desarrollo máximo.

A partir de la recolección se procede a graficar la información en radiales, que indiquen dependiendo del comportamiento de la curva su estado actual. Una vez que se cuenta con las gráficas, es sencillo determinar las carencias de la población y auxiliarse con las preguntas abiertas que acompañan a cada calificación. Acto seguido, se tienen todas las bases necesarias para hacer el diagnóstico económico.

Lo que se busca con esta metodología es fomentar la participación de los beneficiarios ayudando a un mejor entendimiento del proceso; habilitar a las comunidades a iniciar, controlar y llevar a cabo acciones correctivas; generar información que sea usada para la toma de decisiones, impulsar la sustentabilidad de los proyectos, identificando fortalezas y debilidades del mismo.

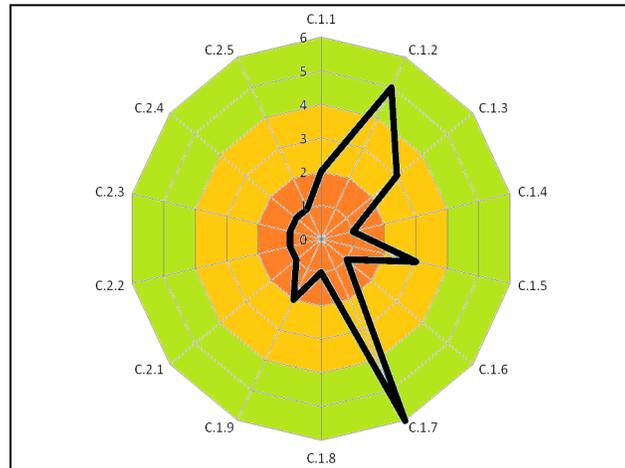
Para la realización de este artículo de la que se llevaron a cabo las siguientes etapas:

1. Se detectaron las comunidades de Cutantaca, Rancho Camargo y Punta de la Laguna, como sujetos de estudio.
2. Se realizaron visitas a las comunidades.
3. Aplicación del Instrumento de dicha Metodología propuesta a los habitantes directamente de la comunidad.
4. Tabulación en Excel para la obtención de datos.

5. Se graficaron los resultados a partir de los datos obtenidos.
6. Interpretación de resultados.

Resultados y Discusión

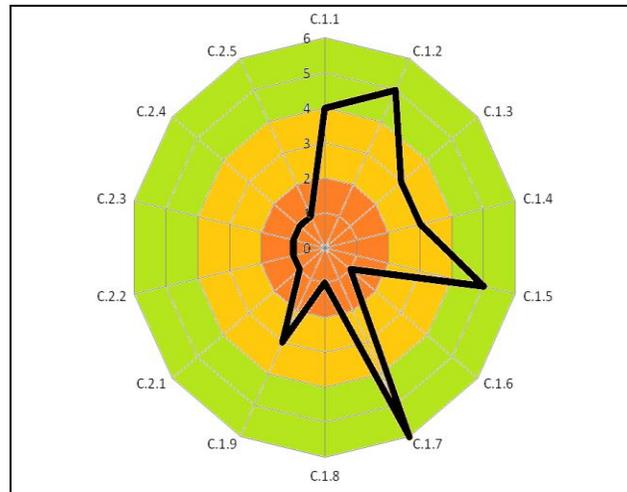
Gráfica 1: Resultados de la Comunidad de Punta de la Laguna.



Fuente: Elaboración propia.

Entre las observaciones obtenidas en la comunidad de Punta de la Laguna, se encuentra la deficiencia del suministro de agua, ya que se cuenta con pequeños arroyuelos pluviales y algunos pozos para el abastecimiento de agua potable.

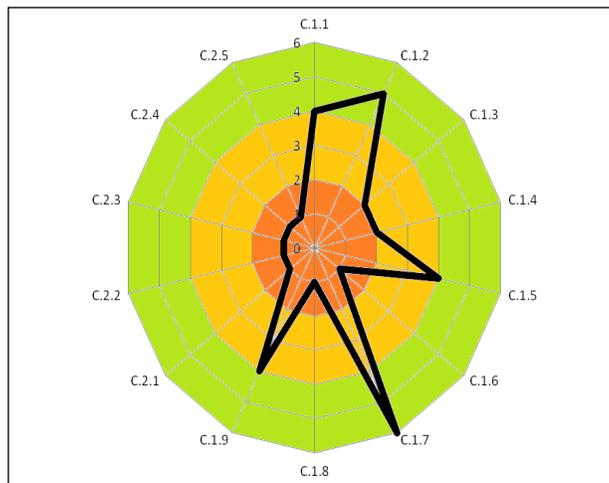
Gráfica 2: Resultados de la Comunidad de Rancho Camargo.



Fuente: Elaboración propia.

En la comunidad de Rancho Camargo, y la condición de vida que se vive, va más allá del simple hecho de la escasez de los recursos naturales básicos, como el agua; aquí se presenta una falta de cultura en materia ambiental.

Gráfica 3: Resultados de la Comunidad de Cutantaca.



Fuente: Elaboración propia.

La comunidad de Cutantaca, presenta la falta de medios básicos para el cuidado de la misma población y sus habitantes, la falta de recipientes para colocar la basura, hace que la sociedad arroje los desperdicios sólidos al suelo habiendo así grandes cantidades de basura en las calles, lo que indica que al igual que Rancho Camargo no se tiene una cultura firme sobre el cuidado del medio ambiente, en esta misma comunidad la cantidad de agua que se obtiene es escasa y no llega a diario, por lo que los habitantes se ven forzados a llenar recipientes para poder así, satisfacer sus necesidades, sin embargo, el cuidado que se le da a este recurso es pobre, el agua se desperdicia en muchas ocasiones.

En general los resultados que arrojaron el diagnóstico realizado a estas comunidades sujetos de estudio, se tiene el conocimiento de la carencia existente de cultura y valores de educación ambiental de sus habitantes, debido a la falta de fomento hacia programas ambientales, la inexistencia de organizaciones sociales en pro del medio ambiente y la falta de estrategias de planificación de protección ambiental dentro de la misma. Por lo tanto, haciendo referencia a los métodos utilizados en esta:

1. Solicitar a los delegados de cada comunidad, la asignación de una o varias personas que se encarguen de supervisar todas las actividades planteadas en la estructura del programa.
2. Pláticas de sensibilización orientada al manejo adecuado de los recursos naturales, convocada a toda la población en casa del delegado

representante de cada comunidad, para crear y promover los beneficios de una cultura de cuidado al medio ambiente.

Conclusiones y Recomendaciones

Se puede concluir que las tres comunidades se tiene un problema en el pilar de desarrollo ambiental sustentable, puesto que no existe un organismo ni programas que fomenten la cultura ambiental, todas las personas que habitan en estas comunidades queman sus residuos sólidos, o solamente los tiran en áreas verdes, puesto que no existe un sistema de recolección de basura para estos poblados por parte del gobierno, afectando estas al ambiente de una manera visual.

En estas comunidades existen algunas áreas verdes las cuales pueden ser aprovechadas por los habitantes de las comunidades para realizar actividades turísticas mismas que pueden ayudar a la economía de las mismas comunidades. Una de ellas se encuentra en la comunidad de Punta de la Laguna, ubicada enseguida de la comunidad de Rancho Camargo.

Otro punto a considerar en el pilar de desarrollo ambiental sustentable es la falta de agua que no permite el desarrollo económico de las comunidades puesto que se tiene control de este recurso debido a la ubicación de los poblados.

Las recomendaciones para la comunidad de Punta de la Laguna es la de crear un nuevo y mejor sistema de abastecimiento de agua apoyados con la dependencia OOMAPASN. En cambio, en la comunidad de Rancho Camargo, una

medida de solución a las áreas de oportunidad que presenta sería, llevar a cabo campañas de concientización sobre el cuidado del medio ambiente y como aprovechar más y mejor los recursos, la dependencia más competente para llevar a cabo este programa corresponde a la Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

Por su parte la comunidad de Cutantaca, presenta la falta de medios básicos para el cuidado de la misma población y sus habitantes, se recomienda asignar contenedores de basura en lugares estratégicos de la población, y llevar a cabo campañas para crear conciencia sobre el reciclaje y de cuidado del agua y medio ambiente, así se reduce la cantidad de basura en las calles y se cuida el uso del líquido, La Secretaria de Medio Ambiente, sería la dependencia más indicada para llevar a cabo esta labor.

Bibliografía

Comisión Brundtland (2008), informe de la comisión mundial sobre el medio ambiente y el desarrollo, nuestro futuro común, recuperado de:

http://www.circuloverde.com.mx/es/cont/calentamiento_global/Sustentabilidad.shtml#.UU4Z1zv_ok5

Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (Comisión Brundtland): Nuestro Futuro Común, (2008). Recuperado de:

http://www.circuloverde.com.mx/es/cont/calentamiento_global/Sustentabilidad.shtml#.UU4Z1zv_ok5

Fabián Valentinuzzi (2000), artículo de Medio Ambiente - Impactos Ambientales\Desarrollo Sustentable; Recuperado de:

<http://www.estrucplan.com.ar/articulos/verarticulo.asp?idarticulo=676>

Jéssica Lorena Escobar Delgadillo (2007), El desarrollo sustentable en México (1980-2007); recuperado de:

<http://www.revista.unam.mx/vol.9/num3/art14/art14.pdf>

Juan Andrés Godínez Enciso, Desarrollo económico y deterioro ambiental: una visión de conjunto y aproximaciones al caso mexicano, Gestión y Estrategia, Departamento de Administración. Recuperado de:

<http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num7/art6.htm>

Manual de Pablo Wong Gonzáles, “Propuesta metodológica para el análisis estratégico participativo de desarrollo local-regional”. Fundación del Empresariado Sonorense. A.C., Hermosillo, Sonora, Febrero

Brigadas Juveniles de Cultura Turística
Guadalupe Isabel Acosta Mitani, pupis_2002@hotmail.com & Lizette Marcela
Moncayo Rodríguez

Resumen.

El estado de Sonora rico en costumbres y tradiciones, encanta a los visitantes con sus numerosos espacios turísticos, la hospitalidad de su gente, gastronomía y los rastros de historia que prevalecen en construcciones, convirtiendo esta tierra en un lugar mágico. El presente trabajo describe la ejecución de un proyecto de estudiantes de nivel universitario de la carrera de Licenciado en Administración de Empresas Turísticas del Instituto Tecnológico de Sonora donde permite que los jóvenes aporten sus ideas y participen en diversos proyectos en el ámbito turístico, además de ser los iniciadores de una nueva generación de Sonorenses con la visión de impulsar esta actividad como motor económico.

Antecedentes.

México es uno de los países más ricos del mundo donde conviven múltiples culturas, formas de religiosidad, lenguas, etnias; también se enseñan los cambios vividos y ya superados, algunos profundos, otros dramáticos. Se está convencido de que la mayor comprensión de la historia permitirá pensar como un conjunto plural de mexicanos al mismo tiempo unidos por su historia y su cultura Almada, (2000).

Imágenes de Sonora, (2012) menciona que en el Sur de Sonora, el segundo Estado más grande de México, se puede encontrar hoy una suma de ecosistemas, el espíritu de muchas razas, el sentimiento de todas las épocas y las culturas mezcladas de toda la historia del noroeste que dio lugar a esa región enmarcada por la naturaleza y colonizada por sus riquezas minerales y posteriormente sus explotaciones agrícolas.

Puede notarse, que el estado de Sonora es uno de los más ricos de México, y al igual, que en la mayor parte del país, el Turismo, hasta hace pocas décadas, ha cobrado auge, esto por la falta de antecedentes culturales, que hubiesen propiciado el desarrollo de este sector en la entidad. Se tiene establecido, que los primeros turistas, aunque no adoptaban técnicamente esa denominación, fueron los misioneros e historiadores extranjeros que arribaron a México y en especial al Estado de Sonora, quienes se admiraban de tanta riqueza natural y potencial que el entorno Sonorense brindaba a sus habitantes Imágenes de Sonora, (2012).

Aunque estos colonizadores, no pretendían en ningún momento, hacer de Sonora un sitio de visita esparcimiento, estos tuvieron mucho que ver con la aculturación económica del Estado. La innovación aportada de mayor influencia cultural entre los indígenas fue el número y variedad de los animales domésticos, Almada, (2000). Con lo anterior se sustenta que el Estado de Sonora nació siendo agropecuario y no cuenta con grandes antecedentes de servicios turísticos o de recreación, sino hasta ya avanzado el siglo XIX. Esta nueva era trajo consigo nuevas expectativas para México, sobre todo para el Estado de Sonora, ya que con la consolidación del ferrocarril y la creación de puertos como Guaymas y Puerto Peñasco, así como la entrada de nuevos buques acelerando el comercio y la afluencia de personas a la entidad.

Almada, (2000) afirma que por la cercanía de la frontera con los Estados Unidos y la apertura comercial, Sonora empezó a convertirse en un estado dinámico, por lo que tuvo que diversificar sus actividades económicas. Fue

entonces cuando el estado empezó a explotar diversos recursos como playas, entre las que destacan las de San Carlos, Bahía de Kino, Puerto Peñasco y Golfo de Santa Clara, además de bosques naturales, y el Pinacate como parque nacional. Lo anterior fue fortalecido con su folclore, como danzas regionales como la del venado, y su artesanía a base de piezas talladas en palo fierro. Sin embargo por ello fue necesario constituir más de 4,817 km de carreteras pavimentadas y 1,1887 km de vías férreas, así como servicios adicionales de aeropuertos, aeródromos y comunicación marítima por el puerto de altura de Guaymas y los puertos de Golfo de Santa Clara, Puerto Peñasco, Paraje Nuevo y Yavaros que son de cabotaje; y el servicio de transbordador de Guaymas a Santa Rosalía y a La Paz.

Planteamiento del Problema

Valdez y Bernard, (2013) mencionan que los principales retos que debe afrontar el turismo cultural son al diseño de ofertas turísticas adecuadas a las necesidades y tipologías de sus visitantes así como su promoción e implantación a través de planes estratégicos eficaces y eficientemente coordinados en todos los niveles de su gestión pública y privada; es por eso que una de las mayores debilidades que tiene la cultura turística a nivel nacional y principalmente en el Estado de Sonora es su divulgación y fomento. La carencia de personal capacitado que atiende este sector es muy limitada tanto en el sector social como en el sector educativo; en este último se refiere a la falta de capacitación que existe en maestros de estas instituciones, así como la falta de programas que

involucre al alumno más en este tema. Es por eso que el presente trabajo tiene como finalidad visitar las diferentes instituciones educativas en este caso el sector nivel primario con la intención de fomentar y divulgar la cultura turística a través de pláticas didácticas, permitiendo motivar a nuevas generaciones que se interesen en conocer un poco de la historia y evolución del estado de Sonora.

Objetivo.

Fomentar la cultura turística de Sonora, en escuelas de nivel básico del sector público y privado en el sur del estado, a través de pláticas y dinámicas didácticas dirigidas a los alumnos, con el fin de impulsar mayores conocimientos culturales y sea insumo para que éstos sean visitantes en su propia región.

Justificación

Con la realización de brigadas juveniles de cultura turística, se beneficiará principalmente el estado de Sonora, ya que al fomentar la cultura turística en los jóvenes se interesarán más por conocer las ricas costumbres, fiestas y tradiciones que caracterizan a este estado, así como a su vez los diversos paisajes naturales y artificiales, actividades turísticas, artesanías, museos, entre otros; dejando a su vez una importante derrama económica, que impulsaría al estado a seguir invirtiendo en zonas y programas turísticos atractivos para el consumidor.

Marco Teórico

Secretaría de Turismo (SECTUR), (2001) afirma que el turismo es una actividad humana cuya esencia es el ocio y el tiempo libre, y que además de involucrar desplazamientos y la recepción de quienes se trasladan, se sustenta en el uso de recursos y en la prestación de servicios, generando repercusiones diversas.

Quesada, (2007) menciona que el turismo cultural son los viajes ligados con el deseo del hombre por conocer la forma que viven otros, así como sus costumbres y maneras de expresarse, donde el disfrute y la permanencia en lugares sea notoriamente el arte y la cultura por encima de otros recursos turísticos.

El turismo de placer es masivo, pues una gran mayoría de las personas viajan con el propósito de hacer en el destino lo que les gusta. De este modo, las actividades que los turistas realizan como conocer lugares distintos, hacer compras, jugar, bailar, broncearse, visitar parques temáticos y de atracciones, nadar, caminar sirven para su distracción Quesada, (2007).

SECTUR, (2001) menciona que la cultura turística en el marco del desarrollo turístico de México es relativamente reciente. Es en 1992, cuando se realizan los primeros análisis sobre la necesidad de incorporar nuevos elementos a los esfuerzos de concientización realizados por varias décadas, es por eso que tiene su fundamento desde la perspectiva del desarrollo sustentable, concebido como la adecuada administración de los recursos naturales, materiales,

financieros y humanos, de manera que se logre la mayor satisfacción del visitante y el mayor beneficio para la comunidad receptora.

La cultura es esencialmente una construcción que describe al cuerpo total de las creencias, comportamiento o conducta, saber, sanciones, valores y objetivos que señalan el modo de vida de un pueblo Moncada, (1998).

La cultura turística es una serie de conocimientos y valores, susceptibles de ser difundidos y que, mediante su asimilación y observación en la plática de (actitudes y costumbres), favorece al fomento y el desarrollo sustentable de la actividad turística SECTUR, (2001).

Limeta, (2012) menciona que los elementos esenciales de la cultura turística son los conocimientos referidos a la experiencias asimiladas que constituyen la preparación de quienes participen en el turismo (comunidad receptora o anfitriones) para brindar servicios de calidad; Los valores que son los elementos emotivos compartidos, basados en ciertos principios éticos y que motivarán a brindar servicios con calidez.

Las actitudes que dan sentido a la práctica de la cultura turística son el compromiso, constancia, disciplina, honradez, orgullo, respeto, responsabilidad, vocación de servicio, amabilidad, cortesía, eficiencia, disposición y profesionalismo Limeta, (2012).

SECTUR, (2001) afirma que los diez principios básicos de cultura turística fundamentales son el recibir al visitante con calidez y amabilidad, tratarlo como a ti te gustaría que te traten, ofrecer siempre un servicio o apoyo amigable y rápido, interesarse por capacitar o estudiar continuamente, conocer los

atractivos de tu localidad para brindar una orientación oportuna y confiable, promueve con orgullo los atractivos de tu localidad, manteniéndolos siempre limpios, cuida los parques, monumentos y zonas de interés de tu localidad, comenta con tus compañeros, amigos y familiares que atender bien al turista es tarea de todos y no abuses del turista cobrando más o prometiendo lo imposible.

México 24, (2013) afirma que el estado de Sonora cuenta con una gran cantidad de monumentos históricos y héroes de la independencia y la revolución mexicana así como de los héroes que han luchado por su estado, los cuales se encuentran en todos los 72 municipios en que está dividido el estado y destacan por su preferencia los monumentos a: Jesús García Corona héroe de Nacozari, Lázaro Cárdenas del Río, Emiliano Zapata, Miguel Hidalgo y Costilla, Benito Juárez y Francisco Villa entre otros.

Los monumentos más significativos en el estado de Sonora son: el palacio de gobierno por su arquitectura y conservación, así como la catedral de nuestra señora de la Purísima Concepción, construida en el siglo XIX en la ciudad de Hermosillo México 24, (2013).

Los principales museos con que cuenta el estado de Sonora son: Museo de Sonora, Museo Costumbrista de Sonora, Museo Étnico de los Yaquis, Museo Étnico de los Seris, Museo de la Lucha Obrera, Museo de la Casa del General y Museo del Niño la Burbuja, los cuales son visitados aproximadamente por 184, 348 turistas durante el año México 24, (2013).

La gastronomía típica del estado de Sonora es a base de carne asada, machaca con huevo, carne seca, camarón preparado en diferentes modalidades,

pescado de toda clase. En todos los municipios del estado son muy comunes los asaderos donde se cocina de diferentes formas la carne de res, de cerdo, de borrego, y de cabra, además los establecimientos especiales de mariscos donde se consumen productos frescos y de buena calidad México 24, (2013).

Método

El proyecto de brigadas juveniles de cultura turística por parte del Gobierno del Estado de Sonora se realizó en diferentes primarias de Navojoa Sonora, en el período de Agosto - Diciembre del año 2012. Donde se realizaron cuatro fases, las cuales se presentan a continuación:

Fase 1: Formalización de Programa

- Alta seguro facultativo
- Registro del proyecto
- Convenio de trabajo entre la institución y la comisión de fomento al turismo.

Primero se dio de alta el seguro facultativo para poder iniciar con el proyecto y llevar a cabo el papel de brigadistas, una vez contando con seguro vigente se llenaron algunos formatos como es el registro de proyecto, misma que constaba de recabar las firmas del responsable del proyecto, el asesor del programa educativo y alumno; Por último se entregaron los convenios específicos de autorización firmados por la institución y la comisión de fomento al turismo.

Fase 2: Capacitación

Se recibió capacitación por tres días, con una duración de cinco horas diarias impartidas por parte del gobierno del estado de Sonora a través del coordinador general de la comisión del fomento al turismo del estado de Sonora el C.P. Sergio Martínez Gálvez.

Primer día se vieron conceptos básicos de turismo, beneficios de la actividad turística en el estado, la importancia de adquirir una cultura turística, afluencia del turismo y su derrama económica en Sonora.

Segundo día se presentó el perfil de un brigadista, se formaron equipos en binas donde se trabajó sobre el material a presentar en las escuelas, determinado los temas y dinámicas a exponer.

Tercer día se expuso el material al C.P. Sergio Martínez Gálvez con el objetivo de encontrar los puntos débiles y fortalecerlos mediante sus opiniones.

Fase 3: Desarrollo

Se visitaron diferentes escuelas primarias en Navojoa Sonora, con el objetivo de dar a conocer el proyecto a los directores a cargo de estas instituciones, solicitándoles el permiso para su ejecución a través un convenio de trabajo entre la comisión de fomento al turismo y la institución. Ya establecidas las fechas por los directores de las primarias Colegio Eusebio Kino, Escuela General Álvaro Obregón II, Centro Escolar Talamante, Club 20 30 y Colegio Bosco, se inició el proyecto de brigadas juveniles.

Para conocer un poco sobre la situación actual en la que se encuentra la cultura turística en las escuelas antes mencionadas, se utilizó un método

estadístico a través de encuestas; estas fueron aplicadas a 35 maestros. Las encuestas contenían las siguientes preguntas: 1- ¿Conoce la cultura turística del Estado de Sonora? 2- ¿El plan de estudios al cual se abocan contienen temas relacionados con la cultura turística? 3- ¿Tienen apoyo para desempeñar esta actividad? 4- ¿Conocen los programas con los que cuenta el Estado de Sonora?. Las preguntas fueron en forma libre para los maestros.

Las pláticas fueron impartidas en turnos matutino y vespertino, en las distintas escuelas que facilitaron el acceso, implementando diferentes pláticas durante 35 minutos y una dinámica de aprendizaje de 15 minutos, dando un total de 50 min por grupo. Al finalizar, el maestro y el director firmaron y sellaron las listas de sus alumnos para evidenciar la ejecución del proyecto.

Uno de los temas que se presentaron fue “Álamos, Pueblo Mágico”, hablando un poco de su historia. Esta ciudad colonial tuvo su esplendor gracias a la minería y por su importancia fue nombrada capital del estado de occidente en 1827. Se le considera la ciudad más colonial por la pureza de su arquitectura; también se le ha nombrado "La ciudad de los portales", su gastronomía típica donde se puede mencionar cortes de res al estilo norteamericano, machaca, el picadillo, tamales de elote, el cocido, tortillas de harina, menudo, empanadas de guayaba, cajeta de leche, champurrado y la tradicional bacanora; actividades y fiestas como son, observación de aves, pesca, paseos en bicicleta o a caballo, paseos en lancha en la presa Adolfo Ruiz Cortines, turismo cinegético, festival en honor del Dr. Alfonso Ortiz Tirado conocido como "el tenor de América" y sus artesanías donde se puede conseguir artículos de palma, vidrio, hierro forjado,

platería, latón, muebles rústicos, cerda tejida o cobijas de lana hechas por indígenas mayos.

Otro tema tratado fue el de actividades turísticas en Sonora, donde se vieron las diferentes actividades que se pueden practicar dependiendo de la zona en que se encuentre el turista, como playa, desierto y montañas, especificando cada actividad como lo es el rappel que es un sistema de descenso por superficies verticales, el lugar ideal en Sonora para practicar esta actividad es en La Aduana, buceo es el acto por medio del cual la persona se sumerge en cuerpos de agua con el equipo especializado, San Carlos es una opción para practicarlo. Ciclismo es la actividad física en la cual se usa una bicicleta para recorrer circuitos al aire libre.

Los animales en peligro de extinción en el estado de Sonora fue otro de los temas que se impartió por parte de los brigadistas, algo importante que se mencionó en estas pláticas fue que en la actualidad miles de animales están amenazados en peligro de extinción, existen diferentes causas, como por ejemplo: La contaminación que invade sus ecosistemas y el descontrol en la caza y pesca. Los animales en peligro de extinción que se encuentran en el Estado, algunas de ellas están localizados en el Centro Ecológico de Sonora como son: lobo gris mexicano, águila real, guacamaya verde, guacamaya roja, cóndor de los Andes, jaguar, pato real, margay, tigre de Bengala, berrendo, perrito de la Pradera, pupo del desierto, oso negro, bisonte americano y mono araña.

Otro tema bastante interesante y que identifica al estado de Sonora, es su gastronomía, que no sólo se distingue por sus carnes, sino también por sus

deliciosos mariscos. Aunque el clima desértico del estado podría engañar a cualquiera, su aparente austeridad no es más que un espejismo. Además de que Sonora es un Estado productor de carne bovina y porcina, la agricultura también ha sido fuertemente desarrollada y se han cultivado granos, nueces, bellotas, membrillos y cítricos. El mar también da sus frutos y tanto en las poblaciones costeras como en la capital se pueden encontrar deliciosos mariscos como la jaiba, el camarón, los callos de hacha, las almejas y entre los pescados, el pargo, el jurel y la sardina. Gracias al clima extremo, Sonora dio lugar al surgimiento de una de sus delicias gastronómicas: la carne machaca, la cual nació por la necesidad de conservar los alimentos durante largas temporadas y por ello comenzó a secarse y salarse aprovechando el ardiente sol. Las "tortillas de agua" o "sobaqueras" son el acompañante por excelencia de las carnes. Para cerrar una buena comida no hay nada como probar las "coyotas", que son una especie de empanadas redondas con un relleno dulce.

Atractivos Turísticos fue otro tema interesante donde se buscó que los alumnos conocieran los atractivos más relevantes con los que cuenta el estado, con el fin de que los visitaran en compañía de su familia. Entre ellos se encuentran una gran cantidad de monumentos históricos y de los héroes de la Independencia y la Revolución mexicana así como de los héroes que han luchado por su estado, los cuales se encuentran en todos los 72 municipios en que está dividido el estado y destacan por su preferencia los monumentos a: Jesús García Corona héroe de Nacozari, a Lázaro Cárdenas del Río, a Emiliano Zapata, a Miguel Hidalgo y Costilla, a Benito Juárez y Francisco Villa entre otros. Los

principales museos como el Museo de Sonora, Museo Costumbrista se Sonora, Museo Étnico de los Yaquis, Museo Étnico de los Seris, Museo de la Lucha Obrera, Museo de la Casa del General y Museo del Niño la Burbuja, los cuales son visitados por 184, 348 turistas en todo el año.

Saavedra, (2004) menciona que la dinámica es la fuerza invisible que se opera en un equipo entre diferentes personas o grupos donde se comporta o realiza diferentes fuerzas que influyen en el comportamiento del equipo donde pueden ocurrir estilos de personalidad, diseño o aprendizaje.

Retroalimentando lo mencionado por el autor Saavedra, (2004) al finalizar cada tema se desarrollaron diferentes dinámicas para obtener mayor atención y aprendizaje en los jóvenes, buscando dejar en ellos el enfoque del tema en una manera creativa, lo cual se tomó en cuenta aplicar crucigramas, adivinanzas, el juego de la papa caliente, rompecabezas, preguntas y respuestas, por mencionar algunos.

Fase 4: Presentación de Resultados

Se convocó a una reunión para presentar los ante el Responsable del Programa Educativo de Lic. En Administración de Empresas Turísticas el Mtro. John Sosa Covarrubias, La Coordinadora de Servicio Social y Prácticas Profesionales Lic. Lizette Marcela Moncayo Rodríguez y C.P Sergio Martínez Gálvez.

Se presentaron las listas de grupos firmadas por director y maestro de dicha escuela como evidencia, así también como fotografías de los alumnos participando en las dinámicas realizadas, así mismo se dieron a conocer las

oportunidades y debilidades de llevar a cabo el proyecto. Finalmente se entregó un informe técnico en forma digital de una presentación formal donde se dieron a conocer las áreas de mejora, los productos obtenidos y los resultados del proyecto.

Resultados y Discusión

A continuación en la tabla 1 se presenta plasmado mediante un cronograma de actividades el período y escuelas primarias del sector público y privado que se llevó a cabo dicho proyecto.

Tabla 1. Período y Escuelas

| ESCUELAS | PERIODO | | | | | | | | | |
|-------------------------------|---------|--------|---------|---------|-----------|-------|---------|---------|---------|---------|
| | OCTUBRE | | | | NOVIEMBRE | | | | DIC. | |
| | 1 - 5 | 8 - 12 | 15 - 19 | 22 - 26 | 29 - 2 | 5 - 9 | 12 - 16 | 19 - 23 | 26 - 30 | 03 - 07 |
| Colegio Bosco | ■ | ■ | | | | | | | | |
| Colegio Eusebio Kino | | | ■ | ■ | | | | | | |
| Esc General Álvaro Obregón II | | | | | ■ | ■ | | | | |
| Centro Escolar Talamante | | | | | | | ■ | ■ | | |
| Club 20 30 | | | | | | | | | ■ | ■ |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 2 se muestra en forma general los temas impartidos en las diferentes escuelas visitadas, así como también el número de alumnos capacitados.

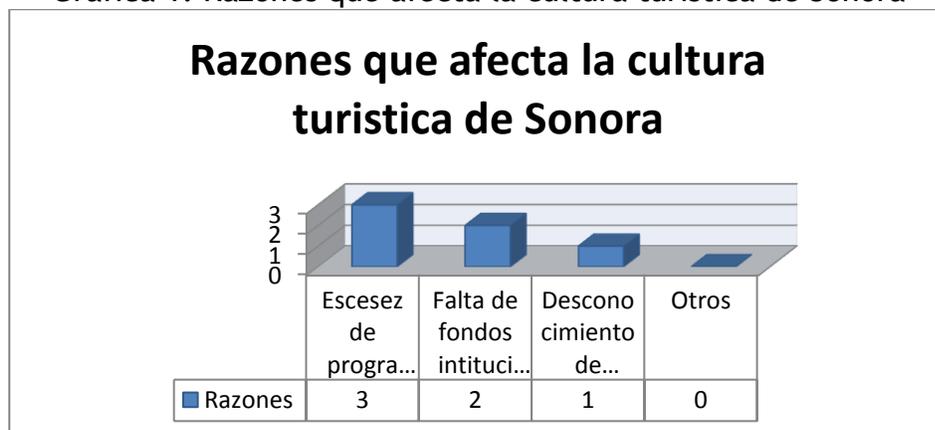
Tabla 2. Análisis Numérico

| TEMA | ESCUELA | Número de Escuela | Número de Alumnos |
|---|---|-------------------|-------------------|
| Atractivos Turísticos de Sonora | Escuela General Álvaro Obregón II, Centro Escolar Talamante, Club 20 30 | 3 | 121 |
| Gastronomía Sonorense | Colegio Bosco, Colegio Eusebio Kino | 2 | 72 |
| Actividades Turísticas en Sonora | Escuela General Álvaro Obregón II, Club 20 30 | 2 | 83 |
| Álamos, "Pueblo Mágico" | Centro Escolar Talamante, Club 20 30 | 2 | 80 |
| Animales en Peligro de Extinción en el Estado de Sonora | Colegio Bosco, Colegio Eusebio Kino, Club 20 30 | 3 | 114 |
| TOTAL | | 12 | 470 |

Fuente: Elaboración propia.

En una encuesta realizada a las escuelas antes mencionadas se demostró que la principal razón por la cual no se refuerzan los valores del turismo a nivel primario es la escasez de programas turísticos dentro del Estado, seguido por la falta de fondos para el turismo dentro de la institución. Se muestra en la gráfica 1.

Gráfica 1. Razones que afecta la cultura turística de Sonora



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones y Recomendaciones

Durante el proceso del proyecto Brigadas Juveniles de Cultura Turística, se observó la falta de conocimiento e interés que se tiene en las instituciones educativas sobre lo que es la historia del Estado de Sonora y de los lugares turísticos con los que cuenta; una de las razones es la falta de programas mediante los cuales se fomente la cultura turística del estado ya sea de manera informativa; así como también programas de recorridos turísticos sobre los lugares más destacados del estado.

La mayor parte de la sociedad hoy en día se formó conociendo o estudiando otras culturas y costumbres siendo Sonora muy rico en estas categorías. Es por eso que este proyecto trata de orientar a la población estudiante pero en especial a jóvenes ya que ellos tienen una influencia muy importante en las familias, un niño interesado en conocer la cultura y el turismo de su estado motiva bastante a los demás integrantes, lo que hace del niño un aliado para activar el turismo dentro de nuestro estado, pero sin dejar atrás el enriquecimiento cultural que dejará.

Referencias

- Almada, I., (2000). Sonora. (2a.ed) México editorial: Trillas.
- Imágenes de Sonora., (2012). El sur de Sonora. Guía ilustrada sur Sonora. Edición Especial 2012.
- Limeta, O., (2012). Breviario de Cultura Turística. Recuperado el 16 de Enero del 2013, de: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_9070_breviario_de_cultura
- México 24., (2013). Atractivos turísticos Sonora México. Recuperado el 11 de Enero del 2013 de: <http://www.mexico24.org/Atractivos-Turisticos/Atractivos-turisticos-Sonora.htm>
- Moncada, C., (1998). Sonora Bronco y Culto. Editorial: Instituto Sonorense de Cultura.

Quesada, R., (2007). Elementos del Turismo. 4ra reimp. 1 ed., San José, C.R.: EUNED, 2007.

Saavendra, E., (2004). Promoción Turística, Edición (2a.ed) México: trillas.

Secretaría de Turismo (SECTUR), (2001). Programa Nacional de Turismo 2001-2006. México, 2001.

Secretaría de Turismo en Sonora., (2013). Sonora. Recuperado el 9 de Enero del 2013, de: <http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/sonora/cult.htm>

Valdez, R., Bernard A., (2013). Turismo Cultural en México. Retos y Perspectivas. Recuperado el 19 de Abril del 2013 de: http://www.naya.org.ar/turismo_cultural/jujuy/ponencias/raul_valdez.htm

Zamorano, F., (2000). Turismo Alternativo. Servicios Turísticos Diferenciados. (2a. Ed.) México: Trillas.

Agencia de Publicidad y Mercadotecnia UNION
Ángel de Jesús Quiroz Cervantes, Gel_1267@hotmail.com & Angelina Olivares Domínguez.

Resumen

El presente proyecto es una investigación sobre una Agencia de Publicidad con giro Turístico que viene a cambiar la forma de ver La Aduana, Álamos, Sonora tomando como punto de partida para la realización de dicho proyecto que consiste en crear publicidad para esta región, la cual es poco conocida; ahí es donde interviene “UNION” la cual creará un nuevo sistema de mercadotecnia, usando estrategias de venta, programas de promoción y publicidad, acuerdos con tour operadoras y agencias de viajes. Se realizó una investigación de mercado mediante la cual se obtuvo información sobre si les gustaría una Agencia de Publicidad la cual de difusión a la Aduana, se eligió este poblado ya que lo vimos con alto potencial de sobresalir turísticamente.

Antecedentes

Agencia de publicidad “UNION” nace para cubrir la necesidad de la región del Sur Estado de Sonora la cual cubrirá las necesidades de todas aquellas empresas que busquen ser reconocidas o así mismo ofertar sus servicios o productos turísticos mediante la cual se tiene planeado apoyar a las zonas Turísticas por lo cual en esta ocasión se eligió La Aduana perteneciente Álamos, Sonora, México la cual dará difusión para aquellas personas interesadas en visitar esta localidad y descubran las diferentes actividades, así como la cultura, sus tradiciones, festividades y actividades a realizar. Podrán visitar los pueblos que se encuentran en sus alrededores como Álamos, Sonora el cual es considera como Pueblo Mágico el cual cuenta con estructuras coloniales.

Con la realización de dicho proyecto se busca una cercanía con el cliente, utilizando un lazo entre operadoras turísticas, agencias de viajes y hoteles dando información para persuadirlos a visitar dicho lugar, mediante mensajes

publicitarios llamativos como mantas, volantes, trípticos tarjetas de presentación de UNION quien será la que esté a cargo de la publicidad.

La empresa está dirigida a toda persona que tenga un espíritu de aventura, que lleve la adrenalina en la sangre, ya que nuestra agencia para hacer esta localidad más atractiva turísticamente se basara en las actividades extremas que se puedan realizar en el lugar, sin dejar de promocionar los destinos culturales que se encuentren.

Es por ello que UNION busca posicionarse como una de las principales agencias de publicidad en la región del sur del estado de Sonora dando promoción a las zonas turísticas ubicadas a los alrededores de la región del mayo.

Las instalaciones de “UNION” estarán ubicadas en Plaza Sonora ubicada en Blvd. Lázaro Cárdenas y calle Huatabampo local #5.

Planteamiento del Problema

Se ha visto la falta de publicidad en referente a las zonas turísticas en el Sur de Sonora a excepción de Álamos, razón por la cual la gente no se entera sobre otros poblados, por ello nació la siguiente interrogante, ¿Cree Usted conveniente un agencia de publicidad que de difusión a las zonas Turísticas en el Sur de Sonora? Nosotros debemos darle solución a ese problema, tenemos un objetivo claro que es darle conocimiento a la gente sobre esta región, que ya no sea desconocida para nadie y que sepan valorar los atractivos que tenemos más cerca de lo que imaginamos, una vez descubierto estos atractivos se pasara a la tarea de cuidarlos.

Objetivo

El proyecto busca dar a conocer dicha zona la cual tiene un potencial turístico para su crecimiento y desarrollo.

Promocionar el Sur de Sonora en especial la comunidad de La Aduana, creando una agencia de publicidad la cual resalte los atractivos más importantes de esta región y todo para su beneficio y crecimiento.

Justificación

La agencia lo que más le interesa es que esta localidad se dé a conocer, entre más grande sea la expansión de este conocimiento, más grande será la satisfacción de nosotros. Y la respuesta a la interrogante ¿Cree usted conveniente un agencia de publicidad que de difusión a las zonas Turísticas en el Sur de Sonora? es sí, ya que se necesita de una agencia de publicidad que de imagen a los atractivos turísticos que tenemos en la región para que se den a conocer nacional e internacionalmente, principalmente este último, ya que ellos son los que han mostrado más interés en venir a visitar estas regiones de nuestro país.

Se buscará resaltar de La Aduana, son sus grandes paisajes con los que cuenta la zona sur del Estado de Sonora, así como realización de actividades: tours, rappel, excursiones y campamentos, actividades mediante las cuales se darán por medio de la agencia UNION publicidad logrando a traer más afluencia turística viniendo con ello una gran derrama económica que impulsara al pueblo

para crear más actividades la cual generara fuentes de empleos para la gente que habita en dicha región.

Marco teórico

El valor para el cliente es la diferencia entre los beneficios que obtiene al poseer y/o utilizar un producto y los costes de obtener el producto.

La satisfacción del cliente depende del desempeño que se perciba de cierto producto. Si el desempeño coincide con las expectativas quedará satisfecho. Si el desempeño rebasa las expectativas el consumidor o cliente quedara encantado y es muy factible que lo recomiende (le haga publicidad positiva) en cambio si no queda satisfecho es un hecho que le hará publicidad pero negativa. Está comprobado que un cliente insatisfecho lo comentará en su comunidad, en cambio un cliente satisfecho es poco probable que comente su experiencia.

La calidad está ligada al valor y a la satisfacción porque la podemos definir como "ausencia de defectos". Toda empresa siempre está obsesionada por mejorar la calidad y no tiene más opción que ser su prioridad si quieren seguir compitiendo en el mercado. Por lo tanto esto tiene que ser de gran importancia para cada empresa o para cada profesionista.

Intercambio, transacciones y relaciones: El intercambio consiste en la obtención de un objeto propiedad de alguien, ofreciéndole algo a cambio. El intercambio es el concepto central del Marketing y la transacción, la unidad de medida del marketing.

La transacción es un intercambio de valores entre dos partes. El marketing de relaciones consiste en la creación de relaciones con clientes, distribuidores, proveedores y comerciantes. El objetivo es establecer fuertes relaciones económicas a través de vínculos sociales mediante la oferta de productos de calidad, buen servicio y precios atractivos. En definitiva, lo que se pretende es mejorar las relaciones con el fin de obtener transacciones más rentables.

Marketing significa operar en los mercados para realizar intercambios con los que satisfacer la demanda de los individuos que forman parte de una sociedad inmersa a su vez en un determinado sistema económico. Esta actividad pretende satisfacer las necesidades y deseos mediante los procesos de intercambio.

Marketing turístico es un proceso de gestión responsable de identificar, anticipar y satisfacer las necesidades de los consumidores de forma rentable (Cheskin, 1973). El Marketing turístico permite conocer y comprender el mercado, para llegar a conformar una oferta realmente atractiva, competitiva, variada, capaz de obtener clientes dispuestos a consumir el producto y/o servicio y mantener fidelidad al mismo. Implica además estar al tanto de la competencia, para conseguir mejor posicionamiento, incrementar o mantener su cuota de mercado y aprender de los mejores desempeños.

Un Canal de Distribución es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen

necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

Entre los factores que intervienen en la elección de un canal:

El Mercado que son las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo (Victoroff, 1985).

El Producto es el conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea.

Los Intermediarios son los eslabones que están colocados entre los productores y los consumidores o usuarios finales de tales productos (servicios, disponibilidad, políticas)

La Compañía es el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela (servicios, control, administración, recursos financieros).

La promoción del producto consiste en comunicar, informar, dar a conocer o hacer recordar la existencia de un producto o servicio (incluyendo sus características, atributos y beneficios) a los consumidores, así como persuadir, estimular, motivar o inducir su compra, adquisición, consumo o uso. (Balanza, 2004)

Las Relaciones Públicas es un esfuerzo planificado por una organización para influir en la opinión y actitud de un grupo ante ella. El mercado al que se dirige el esfuerzo de las Relaciones Públicas puede ser cualquier "público", como

clientes, una dependencia gubernamental o individuos que viven cerca de la organización. El departamento de Relaciones Públicas es responsable de un producto o de toda la empresa.

La propaganda es una forma de comunicación que desde la antigüedad está dirigida a influir en la actitud de una comunidad hacia algo (Townsend, 2004)

La publicidad es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación (Brewster, 1980).

El Precio es una variable controlable que se diferencia de los otros tres elementos de la mezcla de mercadotecnia (producto, plaza y promoción) en que produce ingresos; los otros elementos generan costos.

Se tendrá en cuenta los puntos antes dichos para que nuestros canales de distribución sean los más adecuados y que nos dejen una gran satisfacción por elegir tales como hoteles, agencias de viaje, aeropuertos, Oficina de Convenciones y Visitantes, Secretaria de Turismo y otros establecimientos que se dediquen al giro turístico y sean de gran ayuda para cumplir nuestros objetivos.

Los componentes de un producto turístico son la demanda y la oferta.

Por su parte la Demanda es comprender las necesidades de los consumidores, y la identificación de los grupos homogéneos de un producto turístico.

La Oferta evaluar los componentes del producto turístico e identificar al conjunto de elementos que sean ofrecidos a la clientela de un destino.

La mezcla de mercadotecnia consta de 5'p que son producto, precio, plaza, promoción y postventa.

El producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea (Diaz, 2013),. Nuestro producto se basará en hacer lonas publicitarias, mantas, folletos, trípticos, publicidad por internet, volantes, tarjetas de presentación, comerciales de televisión y spots de radio todo esto llevara la informacion principal sobre La Aduana, y con esto se cubrirá cada espacio posible en el que se pueda promocionar La Aduana, así como, primeramente se capacitará a gente local para que cubra los empleos que se vayan a generar en el lugar y que esos empleos sean sobre las actividades que se vayan a realizar en el lugar.

El precio es la cantidad monetaria que se da a cambio de adquirir un bien o servicio.

La plaza, es dónde se va a comercializar el producto o el servicio que se le ofrece. Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

La postventa consiste en todos aquellos esfuerzos después de la venta para satisfacer al cliente y, si es posible, asegurar una compra regular o repetida. Una venta no concluye nunca porque la meta es tener siempre al cliente completamente satisfecho.

La promoción son las actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compren.

Método

La presente investigación se realizó en el Sur de Sonora para saber que tan interesada esta la gente más cercana en esta región, así nosotros estaremos más seguros de que tan redituable será el negocio. Los instrumentos utilizados fueron cuestionarios, entrevistas, análisis de mercado y análisis FODA. Para las encuestas se hizo una segmentación de 50 personas por municipio o poblado y las entrevistas se aplicaron a los jefes de gobierno.

Cuestionarios: es un modo de entrevista utilizado desde una perspectiva metodológica para medir un objeto de estudio. (Vivanco Manuel, 2005:15)

Entrevistas: es una conversación entre dos interlocutores con un propósito, y cuya temática se refiere a una situación de interacción social que tiene lugar entre el entrevistador y el entrevistado cuando este último responde el cuestionario (Díaz de Rada Vidal, 1989: 150).

Tabla 1. FODA aplicado a la Investigación de Mercado.

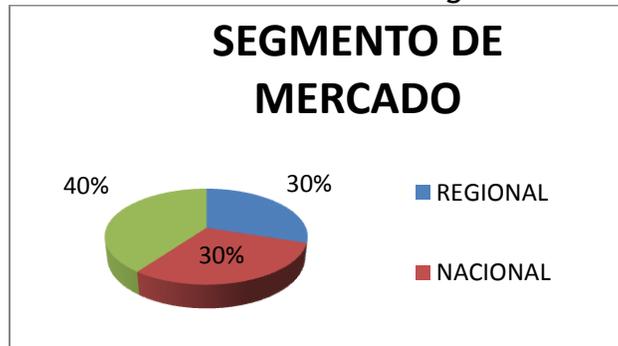
| | | |
|--|--|---|
| INTERNOS EXTERNOS | FORTALEZA 1. La gente está interesada en recibir a los turistas 2. Cuenta con una carretera pavimentada. 3. Tiene paisajes atractivos para el visitante 4. La comunidad de la aduana muestra calidez hacia los visitantes 5. Involucrar a las comunidades locales a aumentar su desarrollo 6. Ayudar a conservar los recursos | DEBILIDADES 1. Cuenta con escasa infraestructura 2. Falta de personas capacitadas con cultura empresarial 3. No cuentan con experiencia en atención al turista 4. Falta de señalamientos en ciertos lugares 5. Muchas personas no conocen las actividades que ofrece. |
| | OPORTUNIDADES 1. Cuenta con una historia minera 2. Se ubica dentro de un área natural protegida 3. Genera empleos en la comunidad 4. Creciente consumo de productos eco turísticos 5. Se encuentra cerca del pueblo mágico de Alamos. | ESTRATEGIAS – FO F1-O4: Explotar las oportunidades del lugar para lograr una buena afluencia de turistas en el sitio. F1-O3: Mantener activos y capacitados a los organizadores de los tours. |
| AMENAZAS 1. Temperaturas extremas en las temporadas de calor 2. Problemas con lluvias excesivas 3. Bajas temperaturas en época de frío 4. Derrape de cerros y montañas donde se realizan los recorridos | ESTRATEGIAS – FA F4-A4: Estar preparados para desastres o accidentes que ocurran en el lugar así como brindar primeros auxilios en caso de accidente. F5-A4: Establecer una campaña de publicidad para que las personas conozcan el atractivo del lugar. | ESTRATEGIAS – DA D2-A1: Enfocarse en el visitante en general aprendiendo ingles los guías. D2-A4: Estar informado y en constante capacitación para ofrecer un buen servicio. |

Fuente: Elaboración propia.

Resultados

El sistema de publicidad y mercadotecnia va dirigido a todas personas en general, un adulto tendrá que acompañarlo, nuestro mercado será dirigido de la siguiente manera:

Grafica 1. Resultados de la segmentación



Fuente: Elaboración propia.

Después de tener nuestro mercado ya clasificado, hemos decidido que nuestras actividades se darán bajo los siguientes puntos:

- Reservaciones con mínimo 2 semanas de anticipación.
- Mínimo y máximo de personas en el grupo que manejaremos en cada actividad a realizar.
- Agenda(fechas de mayos importancia)
- Aprovechamiento de oportunidad (Temporada/Clima)

COSTEO Y GASTOS DE LA EMPRESA

Tabla 2 Costos que generará la empresa

| COSTOS FIJOS | CONCEPTOS | PRECIOS | TOTALES |
|------------------|--|--------------------|-----------------|
| | RENTA LOCAL | \$3,500 | |
| | SALARIO ADMINISTRADOR | \$3,000 | \$6,500 |
| COSTOS MIXTOS | | | |
| | PAQUETE (TELEFONO, INTERNET Y CABLE | \$550 | |
| | LUZ | \$900 | |
| | AGUA | \$200 | \$1,650 |
| COSTOS VARIABLES | | | |
| | PAPELERIA | \$400 | |
| | PROMOCION | \$6,500 | \$6,900 |
| | | | |
| | | GASTO TOTAL | \$15,050 |

Fuente: Elaboración propia.

INGRESOS

Tabla 3. Ingresos previstos generados por servicios de la empresa

| CONCEPTOS | PRECIOS | CANTIDAD SEMANAL | TOTAL PARCIAL |
|--------------------------|---------|------------------|---------------|
| LONAS | 250 | 4 | 1000 |
| MANTAS | 180 | 4 | 720 |
| FOLLETOS | 1 | 300 | 300 |
| TRIPTICOS | 8 | 150 | 1200 |
| INTERNET | 2000 | 5 | 10000 |
| VOLANTES | 5 | 1000 | 5000 |
| TARJETAS DE PRESENTACION | 2 | 500 | 1000 |
| TELEVISION | 5000 | 2 | 10000 |
| SPOT DE RADIO | 800 | 3 | 2400 |
| INGRESOS FINALES | | | 31620 |

Fuente: Elaboración propia.

Medios de Promoción



Figura 1. Nuestra pagina de Facebook
Fuente: Facebook.com/UNION



Figura 2. Parte exterior del tríptico
Fuente: Elaboración propia.

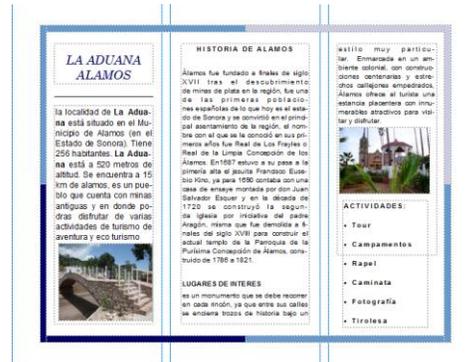


Figura 3. Parte interior del tríptico
Fuente: Elaboración propia.



Figura 4. Volante
Fuente: Elaboración propia.



Figura 5. Tarjeta de presentación
Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones y Recomendaciones

De acuerdo a los resultados hasta el día de hoy nuestro proyecto muestra ser una inversión interesante, nos dimos cuenta que las personas están interesadas en visitar La Aduana, cabe mencionar que las encuestas solo fueron aplicadas nacionalmente y no internacionalmente; el mercado que para nosotros sería minoritario mostro respuesta y eso nos hará actuar de una diferente manera para bien, poniendo más atención a lo que tenemos cerca sin descuidar el mercado internacional, este proyecto dejará beneficios para la comunidad de La Aduana y sus alrededores incrementando la afluencia turística y económica de dicho lugar, así como fomentar la cultura turística.

Bibliografía

Milio Balanza, Isabel, (2004). Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales, Thompson Editores Spain.

Díaz Beatriz, (2013). Diseño de productos turísticos, © Editorial Síntesis S.A.

Louis Cheskin, (1973) Mercadotecnia y Publicidad en Acción, primera edición, editor México Logman.

Judson Brewster, (1980) Introducción a la Publicidad, México compañía editorial continental primera edición

María Townsley (2004) publicidad, México Internacional, Thomson primera edición (Townsley, 2004)

David Victoroff (1985) Publicidad y la imagen, México GIL S.A de C.V primera edición

Díaz de Rada Vidal (1989) Diseño y Elaboración de Cuestionarios para la Investigación Comercial, ESIC Editorial primera edición

Vivanco Manuel (2005) Diseño y Aplicaciones, Editorial Universitaria primera edición.

Desarrollo institucional y participativo en las zonas marginadas de la región del Mayo

Gonzalo Arturo Ibarra López, gonzalo_il@hotmail.com; Erika Ivett Acosta Mellado & Cecilia Aurora Murillo Félix

Resumen

La presente investigación muestra un diagnóstico económico en las localidades de Cutantaca, Rancho Camargo y Punta Laguna, el diagnóstico se llevó a cabo por medio de la metodología propuesta por Pablo Wong sobre desarrollo local, la cual consiste en la aplicación de un cuestionario que contestaron las personas que habitan en estas comunidades. En él se plantean preguntas relacionadas a 4 pilares desarrollo económico sostenible, desarrollo social equitativo, desarrollo ambiental sustentable y desarrollo institucional eficiente y participativo. Los resultados obtenidos dan una clara idea de cómo estas comunidades viven en condiciones de marginación al no contar con los servicios básicos, de igual manera dan a conocer la falta de coordinación entre los niveles de gobierno para mejorar estas condiciones.

Antecedentes

El libro “Nuestro Futuro Común” (nombre original del Informe Brundtland) fue el primer intento de eliminar la confrontación entre desarrollo y sostenibilidad. Presentado en 1987 por la Comisión Mundial Para el Medio Ambiente y el Desarrollo de la ONU, encabezada por la doctora noruega Gro Harlem Brundtland, trabajó analizando la situación del mundo en ese momento y demostró que el camino que la sociedad global había tomado estaba destruyendo el ambiente por un lado y dejando a cada vez más gente en la pobreza y la vulnerabilidad. Report of the World Commission on Environment and Development(2007)

Dicho documento postuló principalmente que la protección ambiental había dejado de ser una tarea nacional o regional para convertirse en un problema global. Todo el planeta debía trabajar para revertir la degradación

actual. También señaló que debíamos dejar de ver al desarrollo y al ambiente como si fueran cuestiones separadas, Como la degradación ambiental es consecuencia tanto de la pobreza como de la industrialización, ambos debían buscar un nuevo camino.

Se llama desarrollo sostenible aquél desarrollo que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones. Intuitivamente una actividad sostenible es aquélla que se puede mantener. Por ejemplo, cortar árboles de un bosque asegurando la repoblación es una actividad sostenible. Por contra, consumir petróleo no es sostenible con los conocimientos actuales, ya que no se conoce ningún sistema para crear petróleo a partir de la biomasa. Hoy sabemos que una buena parte de las actividades humanas no son sostenibles a medio y largo plazo tal y como hoy están planteadas. Informe de la Comisión Brundlandt (1990).

En una sociedad sostenible no debe haber un declive no razonable de cualquier recurso, un daño significativo a los sistemas naturales o un declive significativo de la estabilidad social. D. Pearce, A. Markandya y E.B. Barbier. (1989)

En México la concientización sobre el deterioro ambiental o sobre lo que se debería hacerse es muy baja, gran parte de la población vive ajena a las preocupaciones ambientales. Urquidi (2000)

La pequeña y mediana empresa (Pyme) son de gran importancia para el desarrollo y crecimiento sustentable ya que son el motor de la economía, por lo

que deben de estar orientadas a una visión prospectiva con participación social. Pérez (2008).

Planteamiento del problema.

La necesidad de progreso en la mayoría de las ciudades ha dado lugar a que se exploten los recursos naturales que cada región tiene en particular, esto generalmente se hace sin tomar en cuenta que se están extrayendo más recursos de los que naturalmente se pueden regenerar.

La falta de interés en el medio ambiente por parte de los distintos gobiernos y de la sociedad misma ha generado una sobreexplotación de los recursos llegando en algunos casos a terminar con ellos.

Dentro de la región debido a diferentes factores no se ha generado un crecimiento tan enorme como en otras ciudades lo que ha conservado casi intactos los recursos de la zona.

Mas sin embargo existe una gran falta de cultura sobre la conservación del medio ambiente, muchas prácticas cotidianas de los habitantes están degradando poco a poco al medio ambiente, prácticas como por ejemplo: quemar basura en los patios o tirar cualquier tipo de desecho al drenaje entre otras.

Es poca la infamación que se tiene relacionada con los recursos con los que se cuentan en las zonas marginadas de la región, las autoridades no están haciendo su labor, crean programas muy generales que buscan mejorar las condiciones de las comunidades más sin embargo no cubren lo esencial ya que en

realidad no se conoce lo que en realidad se requiere. Por lo tanto se llega a la siguiente interrogante.

Ejemplo de esto son las comunidades objeto del estudio realizado. Ya sea en Cutantaca, Rancho Camarco o Punta de la Laguna se observa un rezago en el desarrollo, la falta de servicios a creado que los habitantes de la región vivan en condiciones de marginación y no existen un plan que pueda mejorar estas condiciones.

Objetivos

Diagnosticar por medio de una serie de encuestas la situación actual en las comunidades de Cutantaca, Rancho Camargo y Punta de la Laguna, para casi conocer la relación que existe con los 3 niveles gubernamentales con un enfoque hacia un Desarrollo institucional y participativo.

Justificación

Ante la necesidad de crear un desarrollo sustentable en la región y mejorar el nivel de vida de los habitantes, se realizó esta investigación, que trata de dar un diagnóstico de la problemática actual que impide un desarrollo. En dicha investigación se toman en cuenta todos los recursos y las necesidades que tienen y requieren cada una de las comunidades.

Es de primera importancia dar un diagnostico a las autoridades correspondientes, para que así, se puedan realizar coordinadamente entre los 3 niveles de gobierno un plan de desarrollo que permita explotar los recursos con

que cuentan cada una de las comunidades, ya sean recursos humanos, naturales o culturales.

Marco teórico

El desarrollo institucional es la mejora de las responsabilidades de una organización para responder rápidamente a las necesidades de sus beneficiarios pretendidos a gran escala demográfica (Davies, 2006).

También se puede definir al desarrollo institucional como un proceso de transformación social que requiere de apoyo sistemático que considere todos los factores económicos, políticos, sociales, culturales, tecnológicos, etc., que afectan el desempeño institucional, y que por tanto requiere de cambios profundos en la cultura organizacional de los agentes y actores involucrados. El desempeño en materia de productividad se asocia a la calidad de los vínculos entre agentes, mercados e instituciones (Magariños, 2002)

Economía se define como el estudio de como las sociedades utilizan recursos escasos para producir bienes valiosos y distribuirlos entre diferentes personas. Samuelson (2004).

La Economía política, considerada como una rama de la ciencia del estadista o del legislador, se propone dos objetivos diferentes: el primero, proporcionar a la gente ingresos abundantes o medios de subsistencia, o mejor dicho, capacitarles para que se provean por sí mismos de tales ingresos o medios de subsistencia; y el segundo, proveer al estado o a la comunidad de ingresos

suficientes para los servicios públicos. Se propone enriquecer tanto al pueblo como al soberano”. Smith (1776).

Por otra parte la escasez se da cuando los bienes son pocos, en relación a las necesidades y deseos de las personas. Los bienes son escasos porque las personas desean mucho más de lo que la economía puede producir. Samuelson (1947).

Desarrollo sustentable conservar los recursos naturales para desarrollarnos y desarrollarnos para conservar los recursos naturales. Rojas (2003)

El crecimiento de una región dependerá de su capacidad productiva en general y de sus posibilidades de exportación en particular. El desarrollo de un territorio depende de la existencia, nivel y articulación de seis factores del desarrollo y considera que estos se encuentran presentes en casi cualquier territorio. El desarrollo de un territorio depende de la existencia, nivel y articulación de seis factores del desarrollo y considera que estos se encuentran presentes en casi cualquier territorio, Las instituciones u organizaciones, Cultura, Los procedimientos utilizados, Los recursos materiales y El entorno. Hilhorst (1981)

Método

Para la realización del diagnóstico se seguirá la metodología de Pablo Wong - Gonzáles diseñada para realizar diagnósticos económicos buscando siempre el desarrollo local sustentable.

Según Wong (2005), “el proceso de desarrollo local y su monitoreo responden más directamente a las necesidades, prioridades y metas de la población sujeto de la acción. En tal sentido, este enfoque participativo reconoce la relevancia de incluir a los beneficiarios y otros participantes del proyecto en los procesos de diseño y realización de la evaluación”.

La metodología consiste en la recolección de información específica con ciertos factores claves y representativos de la comunidad, a través de cuestionarios previamente elaborados. Para ello se contemplan cuatro grandes áreas de las cuales se desprenden preguntas a detalle. En primer término se tiene el Desarrollo Económico Sostenible; le sigue el Desarrollo Social Equitativo; después el Desarrollo Ambiental Sustentable y por último el Desarrollo Institucional y Participativo. A cada respuesta se le da un valor entre 1 y 6, siendo 1 un desarrollo nulo y 6 el desarrollo máximo.

A partir de la recolección se procede a graficar la información en radiales, que indiquen dependiendo del comportamiento de la curva su estado actual. Una vez que se cuenta con las gráficas, es sencillo determinar las carencias de la población y auxiliarse con las preguntas abiertas que acompañan a cada calificación. Acto seguido, se tienen todas las bases necesarias para hacer el diagnóstico económico.

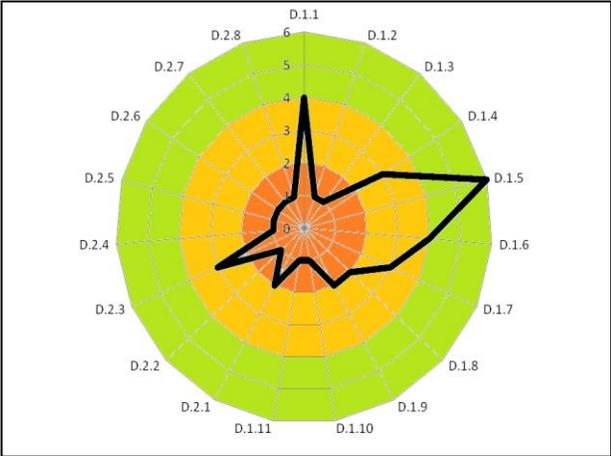
Lo que se busca con esta metodología es fomentar la participación de los beneficiarios ayudando a un mejor entendimiento del proceso; habilitar a las comunidades a iniciar, controlar y llevar a cabo acciones correctivas; generar información que sea usada para la toma de decisiones, impulsar la

sustentabilidad de los proyectos, identificando fortalezas y debilidades del mismo.

Resultados y discusión

Se observa una descoordinación entre los 3 niveles de gobierno para punta de la laguna.

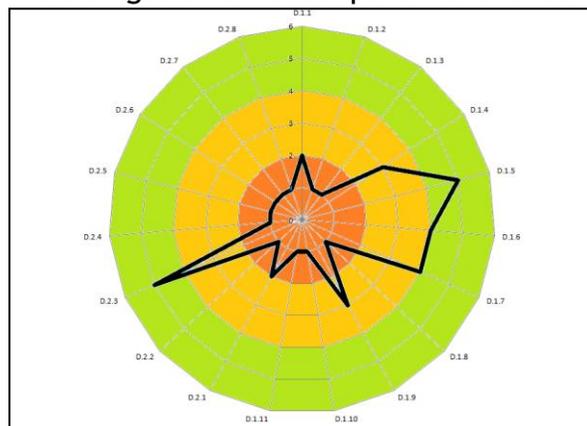
Gráfica 1: Desarrollo institucional eficiente y participativo para Punta de la laguna, coordinación gubernamental para punta de la laguna



Fuente: Elaboración propia.

En esta gráfica se muestra la falta de coordinación en los 3 niveles de gobierno para beneficio de Rancho Camargo.

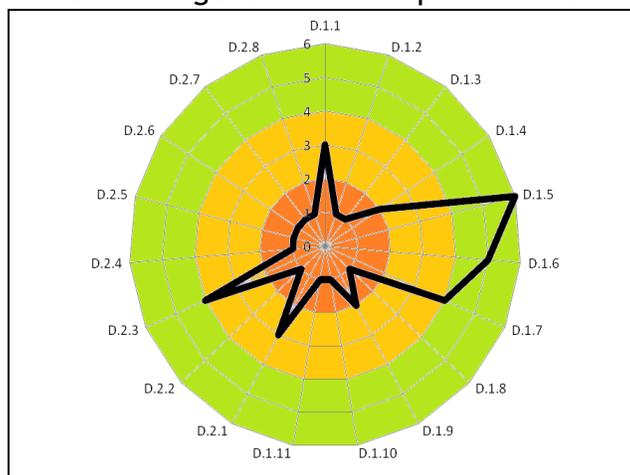
Gráfica 2: Desarrollo institucional eficiente y participativo Rancho Camargo, coordinación gubernamental para Rancho Camargo.



Fuente: Elaboración propia.

En esta gráfica se muestra la falta de coordinación en los 3 niveles de gobierno para beneficio de Cutantaca.

Gráfica 3: Desarrollo institucional eficiente y participativo Cutantaca, coordinación gubernamental para Cutantaca.



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones y recomendaciones

La falta de oportunidades dentro de la región se debe principalmente a la poca información y a los deficientes programas de desarrollo por parte del gobierno.

Es muy importante para las autoridades estar informados sobre las condiciones de vida en la que se encuentran este tipo de comunidades, que a pesar de contar con recursos suficientes para generar un desarrollo, no se han podido explotar por la falta de coordinación entre las instituciones y la sociedad.

Es necesario fomentar en las comunidades el interés por el desarrollo de su comunidad y crear mayor facilidades para que tengan acceso a los diferentes programas que el gobierno ofrece para el desarrollo de este tipo de zonas.

Se tienen que realizar programas para concientizar a las personas a crear desarrollo sin afectar los recursos para las futuras generaciones. Un ejemplo muy claro de falta de ayuda para mantener en buen estado los recursos de la región es la falta de programas de recolección de basura, esto genera que las personas desechen sus desperdicios en las áreas verdes cercanas a sus viviendas haciendo quema de la misma sin considerar los daños que esto ocasiona al medio ambiente y a su salud.

Tabla 1. Recomendaciones

| Observaciones | Recomendaciones | Involucrados |
|--|---|---|
| <p>Falta de información sobre como iniciar y mantener un negocio.</p> <p>Servicios públicos en mal estado.</p> <p>Falta de acceso a Internet.</p> <p>Empleos mal pagados y de poca especialidad.</p> <p>Escuelas en mal estado</p> | <p>Impartir cursos en las comunidades sobre como iniciar un negocio y como mantenerlo.</p> <p>Remodelar las redes de distribución de agua y mejorar el alumbrado publico</p> <p>Crear instalaciones con acceso a Internet.</p> <p>Remodelar escuelas y mejoramiento de herramientas para la educación</p> <p>Dar cursos de capacitación para trabajos más especializados.</p> <p>Fomentar la creación de empleos mejor pagados.</p> | <p>Secretaria de economía.</p> <p>Incubadoras de empresas.</p> <p>OOMAPASN</p> <p>Comisión Federal de Electricidad.</p> <p>Secretaria del empleo y previsión social.</p> <p>Secretaria de educación y cultura</p> |

Fuente: Elaboración propia.

Referencias

- Informe de la Comisión Brundlandt. (1990).
Report of the World Commission on Environment and Development (2007).
Davies, Rick (2006). Donor Information Demands and NGO Institutional Development
Samuelson Paul A. & Nordhaus William D. (2004), Microeconomía, decimoséptima edición. Editorial; Mc Graw Hill, México Distrito federal.
Adam Smith (1776). Una investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones.
Hilhorst, J.G.M. (1981). On Unresolved Issues in Regional Development Thinking, The Hague.
Pérez Hasbun, Deisy del Carmen. (2008). Gerencia PYME, fortaleza sustentable para el Desarrollo Endógeno. Multiciencias, enero-abril, 81-90
Urquidi, Víctor L. (2000). El desarrollo sustentable en la perspectiva Canadá-México. Estudios Demográficos y Urbanos, mayo-agosto, 409-418.
Magariños, Carlos A. (2002) “Macroeconomic stability, institutional development and productivity growth”. United Nations Industrial Development Organization. University of Bologna, Italy, on 24 May 2002.
Fuente: <http://es.scribd.com/doc/85662385/Definicion-economia-autores>
Fuente: <http://ccqc.pangea.org/cast/sosteni/soscast.htm>
Fuente: <http://desarrollosostenible.wordpress.com/2006/09/27/informe-brundtland/>
Manual de Pablo Wong Gonzáles, “Propuesta metodológica para el análisis estratégico participativo de desarrollo local-regional”. Fundación del Empresariado Sonorense A.C., Hermosillo, Sonora, Febrero 2005.
Report of the World Commission on Environment and Development (2007)

Diagnostico económico sustentable en las comunidades de Punta de Laguna, Rancho Camargo y Cutantaca, de la Comisaría de San Ignacio, Municipio de Navojoa, Sonora.

María de los Angeles Preciado Balandrán, airam_klao36@hotmail.com; Erika Ivett Mellado Acosta & Cecilia Murillo Félix.

Resumen

Entender y conocer la falta de desarrollo económico sustentable en las comunidades es de suma importancia, con ello nos lleva a conocer nuestra área de oportunidad para elevar nuestra calidad de vida. La experiencia nos dice que el desarrollo, aun no siendo fácil y rápido, sí es posible. Es por ello que se permite elaborar un diagnóstico sobre las comunidades de Punta la Laguna, Rancho Camargo y Cutantaca, considerando el área de Desarrollo Económico Sustentable. Con esto se pretende conocer la calidad de vida de los habitantes de dichas comunidades y así se puedan mejorar, también hacer conciencia a las autoridades correspondientes para que se tomen las mejores decisiones para el desarrollo local.

Antecedentes

El desarrollo económico en épocas recientes ha sido enorme, desafortunadamente la prosperidad se ha generado de forma desigual. Esta desigualdad ha generado problemas sociales y la inestabilidad política en casi todas las regiones del mundo. Para la ONU (2007), es preocupante que casi la mitad de la población aún esté subsistiendo con menos de dos dólares diarios. Asimismo, casi un sexto de la población mundial es analfabeto y más de 1,000 millones no dispongan de agua potable. En todo el mundo existen más de 140 millones de desempleados y alrededor de 750 millones están subempleados.

En efecto, toda la producción que tenga como resultado mejorar el volumen de bienes y servicios, es la que se conoce con el nombre de desarrollo económico. Este desarrollo lo conseguimos mediante la inversión. En esta producción se incluyen las llamadas obras de infraestructura que son las

carreteras, los caminos, los aeropuertos, las hidroeléctricas, los alcantarillados, los acueductos, los puentes y otros. Hoy en día la población del mañana se ve expuesta a una situación más difícil, cuando la población de hoy no crea las condiciones para el desarrollo económico, es por ello que surge el término desarrollo económico sustentable. En 1987, el desarrollo sustentable fue presentado formalmente por la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas, como una alternativa al desarrollo socioeconómico tradicional, la sustentabilidad se refiere a la administración eficiente y racional de los recursos, de manera tal que sea posible mejorar el bienestar de la población actual sin comprometer la calidad de vida de las generaciones futuras. Ocho años después, en 1995, se fundó en México Espacios Naturales y Desarrollo Sustentable A.C. y se establecieron como objetivos principales, promover alternativas de producción en las comunidades de nuestro país, que garantizarán su sustento económico y que protegerán su capital natural.

En el contexto nacional, Sonora ha sido reconocida con una entidad con una fuerte tradición agropecuaria y pesquera. Se destaca en la producción de trigo, carnes de puerco y res, captura de camarón, etc. Estas condiciones han orillado a quienes aún se mantienen en la esfera de la producción, a adoptar modelos productivos cada vez más especializados y depredadores de sus recursos naturales, mismos que merman su diversidad productiva y les insertan en un círculo vicioso de mayor deterioro de los ecosistemas y aumento de su incapacidad de sostenerse como comunidad e incluso para auto abastecerse de alimentos. En los últimos 25 años, una cuarta parte de la población rural, en

términos absolutos, ha salido de sus comunidades. Si bien los flujos migratorios de las zonas rurales han sido para mejorar su calidad de vida. En la actualidad emigrar ha dejado de ser una opción y se ha convertido en una estrategia de sobrevivencia.

Detener el este fenómeno social de las poblaciones rurales resulta de suma importancia resolverlo ya que es impostergable no solo para alcanzarlos objetivos de equidad y justicia social incluidos en los planes estatales de desarrollo. Hasta ahora, los resultados obtenidos en sonora a siete años de la promulgación de la ley de Desarrollo Rural Sustentable permite señalar la necesidad de contar en el estado un marco normativo en la materia para aspirar a un desarrollo regional equilibrado y sustentable en Sonora.

Planteamiento del Problema

Observar las condiciones de vida de las comunidades de Cutantaca, Punta la Laguna y Rancho Camargo es razón suficiente para interesarse en el estudio profundo de dichas poblaciones con la finalidad de recabar información que permita el diagnóstico que refleje las condiciones reales de las comunidades en el pilar básico de (desarrollo económico sustentable). Las comunidades de Cutantaca, Punta la Laguna y Rancho Camargo son un poblado pequeño lejos de los ojos de inversionistas y oportunidades de empleo que impacten en la economía y desarrollo del lugar. De acuerdo a esto nacen las siguientes interrogantes: ¿Qué situación se vive en la actualidad en materia económica en las comunidades de Cutantaca, Punta de la Laguna y Rancho Camargo?, ¿Cuál es

el nivel de estas comunidades, según la metodología de Wong (2005), específicamente en el pilar de Desarrollo Económico Sustentable? Y, ¿Cuál es una medida de posible solución para el implementar el Desarrollo Económico Sustentable en estas localidades?

Objetivos

El objetivo de la presente investigación es realizar un diagnóstico económico sustentable en las comunidades de Punta de Laguna, Rancho Camargo y Cutantaca por medio del análisis estratégico y participativo de Pablo Wong, con el fin de conocer el estado actual de los factores determinantes de desarrollo local y de esta manera identificar factores de desarrollo local de interés particular.

Justificación

Mediante la realización de este diagnóstico será posible desarrollar una alternativa que mejore las condiciones de calidad de vida de los habitantes de las comunidades de Cutantaca, Punta la Laguna y Rancho Camargo al detectar las áreas con oportunidades de mejora.

Los beneficiados serán los habitantes de las comunidades y la sociedad en general, ya que al mejorar las condiciones de vida de un sector de la población, se mejora las condiciones de vida de la sociedad en general.

Marco teórico

Desarrollo Económico. Según Mesino (2010) es el mejoramiento sostenible del nivel de vida, el cual comprende consumo material, educación, salud y protección del medio ambiente. En un sentido más amplio, la definición comprende también otros trascendentes aspectos conexos, principalmente la mayor igualdad de oportunidades, la libertad política y las libertades civiles. Por consiguiente, el objetivo global del desarrollo, es el de dotar de mayores derechos económicos, políticos y civiles a todos los seres humanos, sin distinción de sexo, grupo étnico, religión, raza, región o país. Por lo tanto, es el aumento en la calidad de vida de la población, a través de la educación, salud, acceso adecuado a servicios públicos, desarrollo de la tecnología, de la infraestructura, donde todos tengan equidad en la distribución del ingreso e igualdad de oportunidades para vivir mejor.

Crecimiento Económico. Gonzales de Jesús (2009) define el crecimiento económico como una de las metas de toda sociedad, implica un incremento notable de los ingresos, y de la forma de vida de todos los individuos de una sociedad. Existen muchas maneras o puntos de vista desde los cuales se mide el crecimiento de una sociedad, se podría tomar como ejes de medición la inversión, las tasas de interés, el nivel de consumo, las políticas gubernamentales, o las políticas de fomento al ahorro; todas estas variables son herramientas que se utilizan para medir este crecimiento. Por lo tanto, el crecimiento económico es el aumento de la cantidad de trabajos que hay por metro cuadrado, la renta o el valor de bienes y servicios producidos por una

economía. Habitualmente se mide en porcentaje de aumento del Producto Interno Bruto real, o PIB.

Desarrollo Sustentable. Según Hernández (2010) el problema se originó, cuando se observó que el ritmo creciente de la actividad económica, era uno de los principales causantes del deterioro ecológico y que dicha actividad no se puede detener, pero tampoco se puede seguir destruyendo a la naturaleza, aquí surgió la propuesta del Informe Brundtland de demandar un nuevo estilo de desarrollo que a la letra dice: "... mantener frente al crecimiento económico sostenido un desarrollo sostenible. Mientras el primero se refiere a un crecimiento constante y regular en el tiempo, el segundo implica necesariamente un freno al crecimiento de nuestras sociedades sobre desarrolladas." (Nuestro Futuro Común, 1987). El párrafo anterior y el propósito de vincular al desarrollo con el cuidado de la naturaleza, es clave para aclarar las confusiones y distorsiones del concepto sustentable o sostenible, cuando se dice sostenible, significa que la economía debe continuar con la condición de mantener los recursos naturales y el equilibrio ecológico.

Entendemos por desarrollo sostenible, "el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades". (Propuesta del Informe Brundtland)

Desarrollo Local Participativo. Según Wong (2005) En términos generales, el enfoque de desarrollo local concibe el desarrollo de manera integral y multidimensional (economía, sociedad, cultura, ambiente, instituciones, etc.),

impulsado “desde abajo” y decidido de manera participativa y consensuada. Así, el desarrollo local se refiere al esfuerzo comunitario consciente, organizado y permanente, dirigido a elevar la calidad de vida de la población que coexiste y se interrelaciona en un territorio específico.

De forma más amplia, el desarrollo local debe entenderse como un medio para integrar diferentes políticas y programas en el ámbito local, generando sinergias, formando redes, mejorando la coordinación e inducir al gobierno sobre la participación de la población en la toma de decisiones y formulación de políticas públicas (OCDE, 2002).

Capital Social. El capital social se crea cuando existen relaciones entre personas y es menos tangible que el capital físico e incluso que el capital humano. Hay que significar que el capital social, al igual que otras formas de capital, no es homogéneo. Puede manifestarse de maneras muy distintas dependiendo de la región considerada y las reglas que son válidas para un país no son aceptadas en otro. Como se puede observar el capital humano se centra en los individuos, pero éstos deben relacionarse para poder desarrollar dicho capital humano. La acumulación de éste proporciona beneficios directos a la persona que lo adquiere, en forma de mejora de la productividad y de mayores ingresos, pero tiene también un efecto en la sociedad en general. Otro aspecto a destacar de la relación del capital social con el capital humano es la importancia del primero en la creación del segundo en la siguiente generación. El capital social contribuye a fortalecer los actores y redes sociales (sociedad civil), por tanto facilita un sistema transparente y eficiente en la gestión pública en todos los

niveles de gobierno y hace más eficiente la lucha contra la pobreza y la exclusión social, ya que en el nuevo enfoque de las políticas sociales, los pobres dejan de verse como un problema para convertirse en actores protagónicos en la búsqueda de un mejor destino. El capital social puede considerarse como un factor clave para el fortalecimiento de la democracia, al contribuir al crecimiento institucional y promover el desarrollo con equidad e inclusión social, con lo cual igualmente se facilita la integración de los países en desarrollo al mundo globalizado (Alzate, 2009).

Método

Para la realización del diagnóstico se seguirá la Metodológica para el Análisis Estratégico Participativo de Desarrollo Local-Regional de Wong (2005) diseñada para realizar diagnósticos económicos buscando siempre el desarrollo local sustentable.

Según Wong (2005), “el proceso de desarrollo local y su monitoreo responden más directamente a las necesidades, prioridades y metas de la población sujeto de la acción. En tal sentido, este enfoque participativo reconoce la relevancia de incluir a los beneficiarios y otros participantes del proyecto en los procesos de diseño y realización de la evaluación”.

La metodología consiste en la recolección de información específica con ciertos factores claves y representativos de la comunidad, a través de cuestionarios previamente elaborados. Para ello se contemplan cuatro grandes áreas de las cuales se desprenden preguntas a detalle. En primer término se

tiene el Desarrollo Económico Sostenible; le sigue el Desarrollo Social Equitativo; después el Desarrollo Ambiental Sustentable y por último el Desarrollo Institucional y Participativo. A cada respuesta se le da un valor entre 1 y 6, siendo 1 un desarrollo nulo y 6 el desarrollo máximo.

A partir de la recolección se procede a graficar la información en radiales, que indiquen dependiendo del comportamiento de la curva su estado actual. Una vez que se cuenta con las gráficas, es sencillo determinar las carencias de la población y auxiliarse con las preguntas abiertas que acompañan a cada calificación. Acto seguido, se tienen todas las bases necesarias para hacer el diagnóstico económico.

Lo que se busca con esta metodología es fomentar la participación de los beneficiarios ayudando a un mejor entendimiento del proceso; habilitar a las comunidades a iniciar, controlar y llevar a cabo acciones correctivas; generar información que sea usada para la toma de decisiones, impulsar la sustentabilidad de los proyectos, identificando fortalezas y debilidades del mismo.

Resultados y Discusión

La variable A que representa el Desarrollo económico sostenible nos muestra que la comunidad de Punta de la Laguna no se ha hecho presente algún tipo de inversión en infraestructura en cuanto a desarrollo y crecimiento en la misma localidad. Se ha invertido solamente en el campo el cual representa el mayor porcentaje en empleo.

Punta de la Laguna cuenta con algunos programas del gobierno, para apoyar su mejoramiento en la calidad de vida de los habitantes, tales como: Oportunidades, Piso Firme, 70 y Más.

En esta región, no existe en sí, un lugar físico donde se les informe a la población acerca de las pequeñas y medianas empresas (Pymes), aun así parte de la población tiene la inquietud de iniciar un pequeño negocio (tortillería, estéticas, panadería), pero no tienen forma de financiación para llevar a cabo su proyecto.

En cuanto a las Tecnologías, el jardín de niños no cuenta con infraestructuras favorables para invertir en tecnologías, aquí lo primordial es dar mantenimiento a la estructura de la escuela; en cambio, la escuela primaria cuenta con avanzada tecnología para el mejoramiento de la calidad en la educación de la población estudiantil. La escuela primaria cuenta con pizarrones electrónicos, con software enciclomedia actualizado, y cuenta también con Internet.

Al ser una población donde mayormente trabajan en los campos, los recursos más utilizados son los que se obtienen del campo directamente. Los trabajadores no cuentan con una capacitación para poder desarrollar un mejor desempeño en el trabajo, es por esto que los salarios son mínimos y alcanza para subsistir. Se cuenta con escasos Técnicos especializados o profesionistas ya que estos prefieren salir a la ciudad por trabajos mayor remunerados.

INFRAESTRUCTURA, SERVICIOS Y ACCESIBILIDAD

Las vías de comunicación se encuentran en un mal estado, las calles son de terracería, donde la tierra esta suelta por lo que hay demasiado polvo al aire que repercute en la salud de las personas de la comunidad; en tiempos de lluvia estas vías de comunicación desaparecen completamente, es casi imposible.

La variable A de la comunidad de Rancho Camargo nos arrojo que existe un desarrollo economico regular, la economia de la comunidad no a avanzado mucho en los ultimos años porque la generacion de empleo es muy escasa.

En cuanto a los programas con los que apoya el gobierno tienen los siguientes: Oportunidades, Piso Firme, 70 y Más.

Hablando sobre las PyMES la comunidad de Rancho Camargo no cuenta con la informacion suficiente de cómo hacerse de un negocio, si hay personas que tienen iniciativa en abrir un negocio pero le shace falta una capacitacion sobre el mismo. Una de las personas nos comentaba que vendia en su propia casa porque no tenia para hacer un buen establecimiento, entonces de esta manera se observa que en la comunidad si existe gente lider y emprendedora.

La comunidad no cuenta con las tecnologias necesarias para poder abastecerse, para las personas que estudian seria muy importante que tuvieran un lugar de computo para realizar sus actividades de la escuela y para que se enriquezcan de mas informacion en general.

En lo que respecta a la disponibilidad de espacio fisico para actividades economicas, pues si se cuenta con demasiado espacio fisico para poder realizar

distintas actividades lo que pasa que falta la interacción gobierno-comunidad para que se pueda hacer algo con los terrenos que están baldíos y así establecer negocios.

Respecto a la educación, no solo se cuenta con kinder y primaria, para ir a secundaria las personas se tienen que trasladar a los Nachuqis, y en cuanto a las personas que cursan preparatoria o universidad tienen que trasladarse a la cabecera municipal que es Navojoa.

La comunidad se encuentra en un espacio un poco agradable porque los caminos son de terracería con muchos lugares baldíos entonces no se cuenta con un lugar con atractivo para hacer inversiones o con un atractivo turístico.

La variable A representa el desarrollo económico sostenible, se aplicaron 25 encuestas utilizando una ponderación del 0 al 6 considerando que 6 es muy alto muestra que la comunidad de Cutantaca no se ha hecho presente algún tipo de inversión en infraestructura en cuanto a desarrollo y crecimiento en la misma localidad. Cutantaca cuenta con algunos programas del gobierno, para apoyar su mejoramiento en la calidad de vida de los habitantes, tales como: Oportunidades, Piso Firme, 70 y Más.

En esta comunidad no existe un lugar donde se les informe sobre las pequeñas y medianas empresas (PYMES): presencia activa, dinámica y relevante de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en la economía local.

Las personas de Cutantaca tienen una actitud emprendedora con ganas de iniciar un negocio pero carecen de información sobre el cómo iniciarlo, debido

a que las comunidades son muy pequeñas todos los habitantes se conocen y están dispuestos a ayudarse.

La Tecnología con el jardín de niños no cuenta con infraestructuras favorables para invertir en tecnologías, aquí lo primordial es dar mantenimiento a la estructura de la escuela; en cambio, la escuela primaria cuenta con avanzada tecnología para el mejoramiento de la calidad en la educación de la población estudiantil. La escuela primaria cuenta con pizarrones electrónicos, con software enciclopedia actualizado, y cuenta también con Internet. Al ser una población donde mayormente trabajan en los campos, los recursos más utilizados son los que se obtienen del campo directamente, ya que afecta mucho el hecho de que los salarios de los trabajadores son mínimos y alcanza para lo básico.

Conclusiones y recomendaciones

En la actualidad, el problema de la inversión pública es un gran dilema y en estas comunidades no son la excepción, se coincide que en las comunidades de Punta La Laguna, Rancho Camargo y Cutantaca hace falta una gran inversión financiera por parte de los tres niveles de gobierno.

Estos lugares se localizan en regiones con poco acceso, el servicio de alumbrado público es deficiente, el servicio de agua potable algunas veces es nulo, así que esto también afecta a su desarrollo; lo que ha generado que en las tres comunidades las personas han optado por buscar otros lugares para elevar su nivel de vida, trasladándose a la cabecera municipal que es el municipio de Navojoa.

Así mismo con ello viene el problema de la falta de información hacia los habitantes de cómo saber iniciar su propio negocio, mismo que sería muy útil para la economía de la comunidades, ya que ayudaría al desarrollo local y regional de dichos lugares , para ello es recomendable impartir cursos de como iniciar su propio negocio , también es necesario invertir en el sector educativo al equipar las escuelas con la tecnología adecuada para sus necesidades, así como en la inversión de caminos y puentes, los involucrados serian la Secretaria de Economía, Secretaria de Educación y Cultura, las incubadoras de empresas, Secretaria de Obras Hidráulicas.

Tabla 1. Observaciones

| Observaciones | Recomendaciones | Involucrados |
|--|---|--|
| Falta de información sobre como iniciar un negocio. Preescolar con mala infraestructura | Impartir cursos sobre cómo crear un negocio. Remodelación de escuelas. | Secretaria de economía Secretaria de educación y cultura. |

Fuente: Elaboración propia.

Referencias

Alzate Gómez, J.A. (2009) Capital social, Descentralización y Modernización del Estado. [Edición electrónica gratuita].

Recuperado de www.eumed.net/libros/2009d/616/

Bonifacio Hernández, T.B. (2010) "La función estratégica de la comunicación en el desarrollo sustentable. Xico, Veracruz un ejemplo de aplicación". [Edición electrónica gratuita]. Recuperado de www.eumed.net/tesis/2010/tbhh/

González de Jesús, R. (2009) Pobreza absoluta y crecimiento económico, análisis de tendencia en México, 1970-2005. [Edición electrónica gratuita]. Recuperado de www.eumed.net/libros/2009b/529

Desarrollo Económico. En centro de información de Naciones Unidas. Recuperado de http://www.cinu.org.mx/temas/desarrollo/des_econ.htm

Desarrollo sustentable y el crecimiento económico en México. En Promexico.gob. Recuperado de [http://www.promexico.gob.mx/desarrollo-sustentable/Desarrollo Económico](http://www.promexico.gob.mx/desarrollo-sustentable/Desarrollo%20Económico). En Banrepcultural.org. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ciencias/sena/economia/el-desarrollo-economico-y-la-organizacion-del-trabajo/desarrollo2.htm>

Mesino Rivero, L.: (2010) "Las políticas fiscales y su impacto en el bienestar social de la población venezolana. Un análisis desde el paradigma crítico. Período: 1988-2006". [Edición electrónica gratuita]. Recuperado de www.eumed.net/tesis/2010/lmr/

Wong González, P. (2005), "Propuesta metodológica para el análisis estratégico participativo de desarrollo local-regional". Fundación del Empresariado Sonorense A.C., Hermosillo, Sonora.

Diagnostico en Comunidades de Punta de Laguna, Rancho Camargo y Cutantaca, de la Comisaria de San Ignacio, Municipio de Navojoa Sonora.
Hiram Ulises Castro Sánchez, ulises.castro@agrinos.com; Erika Ivett Acosta Mellado & Cecilia Aurora Murillo Félix.

Resumen

La presente investigación describe un diagnóstico realizado a las comunidades rurales de Cutantaca, Punta la Laguna y Rancho Camargo, por medio de la metodología de Pablo Wong(2005) la cual pretende detectar las necesidades de la comunidad o bien sus áreas de oportunidad considerando cuatro variables las cuales son: Desarrollo Económico, Desarrollo social, Desarrollo Ambiental, Desarrollo institucional eficiente y participativo, en este caso el estudio se enfoca al desarrollo ambiental, el cual denota la inexistencia de cultura y valores de educación ambiental de sus habitantes, falta de organizaciones sociales en pro del medio ambiente así como la falta de estrategias de planificación de protección ambiental, entre otros resultados.

Antecedentes

Se llama desarrollo sostenible aquél desarrollo que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones. Intuitivamente una actividad sostenible es aquella que se puede mantener. Por ejemplo, cortar árboles de un bosque asegurando la repoblación es una actividad sostenible. Por contra, consumir petróleo no es sostenible con los conocimientos actuales, ya que no se conoce ningún sistema para crear petróleo a partir de la biomasa. Hoy sabemos que una buena parte de las actividades humanas no son sostenibles a medio y largo plazo tal y como hoy están planteadas. Informe de la Comisión Brundlandt (1990).

En economía, la estructura de mercado también conocida como forma de mercado describe el estado de un mercado con respecto a los ofertantes y los demandantes del mismo. Freire y Blanco (2006).

La idea del desarrollo sustentable se registra desde los años 70, cuando surgen algunas líneas de pensamiento que posteriormente servirán de base a la noción de una nueva economía del desarrollo. Una de ellas es la del “ecodesarrollo”, concepto acuñado y expuesto por el economista polaco Ignacy Sachs, quien fue de los primeros en buscar una conciliación entre las nociones del desarrollo y la necesidad de ejercer al mismo tiempo una política ambiental. Es a mediados de la década de los 80 cuando, con la entrega del Informe Final (Nuestro futuro común o Reporte Brundtland) que realizó la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo (cmmad), se presenta un análisis del estado mundial del medio ambiente y se proponen estrategias medioambientales a largo plazo, hacia un desarrollo sustentable para el año 2000. Este informe incluye la definición de desarrollo sustentable: “es el que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”. (Urquidi, 2007)

El desarrollo sostenible o también llamado desarrollo sustentable hace referencia a la utilización de forma racional (con lógica social) en beneficio de las grandes mayorías de los recursos naturales de un lugar, cuidando que no sean esquilados (sobre todo con la lógica de la maximización de las ganancias a corto plazo) y las generaciones futuras puedan hacer uso de ellos, igual que hemos hecho nosotros, es decir, sin que nuestras prácticas, fundamentalmente económicas, imposibiliten el futuro de la vida humana en la tierra. Cárdenas (1994).

Figura 1. Desarrollo Sustentable



Fuente: Elaboración propia

El sistema económico actual se basa en el crecimiento permanente, en la concentración del conocimiento y de la capacidad de investigación en muy pocas manos y en la idea de economía del bienestar. Necesitamos sustituir estos tres pilares por otros tres que tengan un contenido más global. García (2002)

La única diferencia que existe entre *desarrollo sostenible* y *desarrollo sustentable* es que el desarrollo sustentable es el proceso por el cual se preserva, conserva y protege solo los Recursos Naturales para el beneficio de las generaciones presentes y futuras sin tomar en cuenta las necesidades sociales, políticas ni culturales del ser humano al cual trata de llegar el desarrollo sostenible que es el proceso mediante el cual se satisfacen las necesidades económicas, sociales, de diversidad cultural y de un medio ambiente sano de la actual generación, sin poner en riesgo la satisfacción de las mismas a las generaciones futuras. (Boullón, 2006:20)

Planteamiento del problema

Al Observar las condiciones de vida de las comunidades de Cutantaca, Punta la Laguna y Rancho Camargo se realizó un análisis profundo de dichas poblaciones con la finalidad de recabar información que permita el diagnóstico que refleje las condiciones reales de las comunidades en los cuatro pilares básicos (desarrollo económico sustentable, desarrollo social sustentable, desarrollo ambiental sustentable y desarrollo institucional eficiente y participativo) del desarrollo sustentable para poder intervenir en aquellos pilares que se encuentren deficientes.

Las comunidades de Cutantaca, Punta la Laguna y Rancho Camargo son un poblado pequeño lejos de los ojos de inversionistas y oportunidades de empleo que impacten en la economía y desarrollo del lugar.

Los habitantes con deseos de superación y de una mejor calidad de vida tienen que trasladarse a la cabecera municipal en busca de oportunidades que les permita llevar un sustento a sus familias.

Así mismo, la existencia de instituciones sociales y gubernamentales es casi nula. Por lo que las oportunidades decrecen.

Objetivo

Diagnosticar la situación actual en las comunidades de Cutantaca, Rancho Camargo y Punta de la Laguna en referencia de materia ambiental y administración de los recursos naturales., a través de un instrumento aplicado, poder determinar sus oportunidades de trabajo para promover el desarrollo

integral de la comunidad en la que se impacta directamente, con el fin de elevar objetivamente el nivel de vida y bienestar de sus habitantes.

Justificación

La presente investigación es una recopilación de información acerca de un diagnóstico del cual es posible desarrollar una alternativa que mejore las condiciones de calidad de vida de los habitantes de las comunidades de Cutantaca, Punta la Laguna y Rancho Camargo al detectar las áreas con oportunidades de mejora.

Los beneficiados serán las comunidades objeto de la investigación y la sociedad en general, ya que al mejorar las condiciones de vida de un sector de la población, se mejora las condiciones de vida de la sociedad en general.

Marco teórico

Marx (1818-1883), precisa que la estructura económica es la “base material de la sociedad que determina la estructura social y el desarrollo y cambio social. Incluye las fuerzas productivas y las relaciones de producción”.

Debido a que México ha vivido una economía basada en la explotación de los recursos naturales, donde el factor más importante para una actividad competitiva ha sido el bajo costo de una mano de obra intensiva, se encuentra ante el compromiso de transitar hacia una economía basada en una sociedad del conocimiento, en la que el mayor impacto para la competitividad es el valor agregado del producto o servicio derivado de una innovación. Este trayecto

obliga a reflexionar acerca de las condiciones que conviene construirse en el país para no aumentar las brechas que actualmente existen en relación con países desarrollados en los temas de educación, ciencia, tecnología y su transferencia, innovación, desarrollo social y desarrollo económico. (Ciencia)

Se define sustentable como, Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades término creado por “La Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas”. Declaración de Río (1992).

Hay dos conceptos fundamentales en lo que se refiere al uso y gestión sostenibles de los recursos naturales del planeta. En primer lugar, deben satisfacerse las necesidades básicas de la humanidad, comida, ropa, lugar donde vivir y trabajo. Esto implica prestar atención a las necesidades, en gran medida insatisfechas, de los pobres del mundo, ya que un mundo en el que la pobreza es endémica será siempre proclive a las catástrofes ecológicas y de todo tipo. En segundo lugar, los límites para el desarrollo no son absolutos, sino que vienen impuestos por el nivel tecnológico y de organización social, su impacto sobre los recursos del medio ambiente y la capacidad de la biosfera para absorber los efectos de la actividad humana. Ante esta situación, se plantea la posibilidad de mejorar la tecnología y la organización social de forma que el medio ambiente pueda recuperarse al mismo ritmo que es afectado por la actividad humana.

El objetivo del desarrollo sostenible es definir proyectos viables y reconciliar los aspectos económico, social, y ambiental de las actividades

humanas; "tres pilares" que deben tenerse en cuenta por parte de las comunidades, tanto empresas como personas.

El desarrollo sustentable a nivel regional en la actualidad debe representar una preocupación a nivel planetario. El desarrollo en términos generales debe entenderse como sinónimo de bienestar y una reciprocidad entre el hombre y el medio ambiente.

Es por ello que es de suma importancia la búsqueda del desarrollo sustentable en las comunidades más desprotegidas de nuestro país, con el objeto de impactar positivamente en el bienestar social.

Se ha demostrado que el uso y la disminución de la calidad del medio tienen un costo económico para toda la sociedad. De ahí es donde se empieza a buscar la manera de calcular los costos por contaminar, así como las formas más efectivas y menos contaminantes de producir y consumir.

Es así, como actualmente, los postulados han tomado una nueva dirección, rubros tales como Eco-desarrollo, Desarrollo Sustentable, Eco-eficiencia, Transformación Productiva con Equidad e Industrias Ambientalistas, han adquirido un gran significado. Ahora, ya no se ven como un límite al crecimiento, sino que se orientan en el sendero del desarrollo sustentable y el Eco-desarrollo haciendo nacer y destacar, los diferentes enfoques ecológicos los cuales tienen como su principal objetivo la protección y el cuidado del medio ambiente (Godínez, 1995).

Enfoque estructural: Se basa en los estudios realizados por Martín Janicke, para el periodo 1982-1988, en 32 países industrializados donde se mide el

impacto ocasionado por el crecimiento acelerado del PIB en función con el desarrollo del desgaste ambiental. El cual implica que solamente aplicaría en casos de países desarrollados. (Hernández, 2009).

Método

Para la realización del diagnóstico se seguirá la metodología de Pablo Wong -González (2005) diseñada para realizar diagnósticos económicos buscando siempre el desarrollo local sustentable.

Según Wong (2005), “el proceso de desarrollo local y su monitoreo responden más directamente a las necesidades, prioridades y metas de la población sujeto de la acción. En tal sentido, este enfoque participativo reconoce la relevancia de incluir a los beneficiarios y otros participantes del proyecto en los procesos de diseño y realización de la evaluación”.

La metodología consiste en la recolección de información específica con ciertos factores claves y representativos de la comunidad, a través de cuestionarios previamente elaborados. Para ello se contemplan cuatro grandes áreas de las cuales se desprenden preguntas a detalle. En primer término se tiene el Desarrollo Económico Sostenible; le sigue el Desarrollo Social Equitativo; después el Desarrollo Ambiental Sustentable y por último el Desarrollo Institucional y Participativo. A cada respuesta se le da un valor entre 1 y 6, siendo 1 un desarrollo nulo y 6 el desarrollo máximo.

A partir de la recolección se procede a graficar la información en radiales, que indiquen dependiendo del comportamiento de la curva su estado actual. Una

vez que se cuenta con las gráficas, es sencillo determinar las carencias de la población y auxiliarse con las preguntas abiertas que acompañan a cada calificación. Acto seguido, se tienen todas las bases necesarias para hacer el diagnóstico económico.

Lo que se busca con esta metodología es fomentar la participación de los beneficiarios ayudando a un mejor entendimiento del proceso; habilitar a las comunidades a iniciar, controlar y llevar a cabo acciones correctivas; generar información que sea usada para la toma de decisiones, impulsar la sustentabilidad de los proyectos, identificando fortalezas y debilidades del mismo.

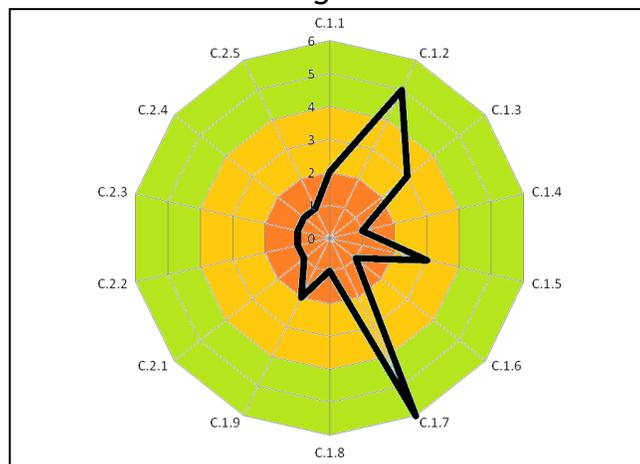
Para la realización de este de esta investigación se llevaron a cabo las siguientes etapas:

1. Se detectaron las comunidades de Cutantaca, Rancho Camargo y Punta de la Laguna, como sujetos de estudio.
2. Se realizaron visitas a las comunidades.
3. Aplicación del Instrumento de dicha Metodología propuesta a los habitantes directamente de la comunidad.
4. Tabulación en Excel para la obtención de datos.
5. Se graficaron los resultados a partir de los datos obtenidos.
6. Interpretación de resultados.

Resultados y discusión

Según las encuestas realizadas se observa que en la comunidad de Punta de la Laguna, existe una deficiencia del suministro de agua, ya que se cuenta con pequeños arroyuelos pluviales y algunos pozos para el abastecimiento de agua potable.

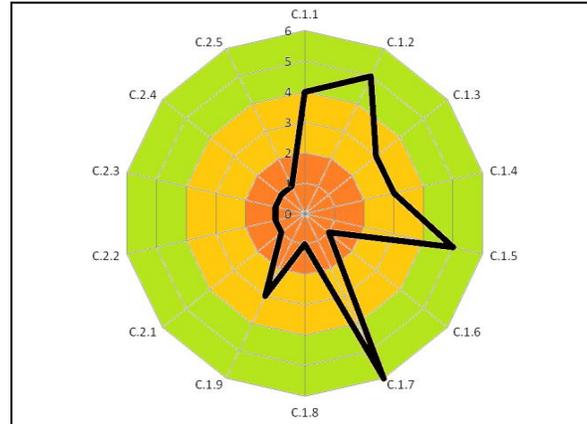
Gráfica 1. Desarrollo ambiental sustentable para Comunidad de Punta de Laguna



Fuente: Elaboración propia.

En la comunidad de Rancho Camargo, y la condición de vida que se vive, va más allá del simple hecho de la escasez de los recursos naturales básicos, como el agua; aquí se presenta una falta de cultura en materia ambiental.

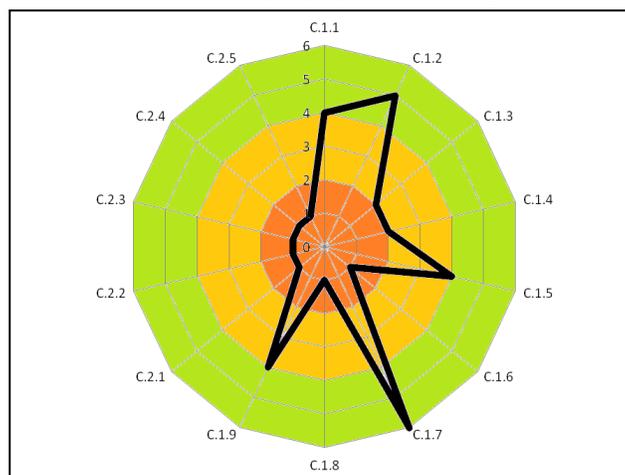
Grafica 2. Desarrollo ambiental sustentable para la Comunidad de Rancho Camargo



Fuente: Elaboración propia.

La comunidad de Cutantaca, presenta la falta de medios básicos para el cuidado de la misma población y sus habitantes, la falta de recipientes para colocar la basura, hace que la sociedad arroje los desperdicios sólidos al suelo habiendo así grandes cantidades de basura en las calles, lo que indica que al igual que Rancho Camargo no se tiene una cultura firme sobre el cuidado del medio ambiente, en esta misma comunidad la cantidad de agua que se obtiene es escasa y no llega a diario, por lo que los habitantes se ven forzados a llenar recipientes para poder así, satisfacer sus necesidades, sin embargo, el cuidado que se le da a este recurso en pobre, el agua se desperdicia en muchas ocasiones.

Gráfica 3. Desarrollo ambiental sustentable en la Comunidad de Cutantaca



Fuente: Elaboración propia.

En general los resultados que arrojaron el diagnóstico realizado a estas comunidades sujetos de estudio, se tiene el conocimiento de la carencia existente de cultura y valores de educación ambiental de sus habitantes, debido a la falta de fomento hacia programas ambientales, la inexistencia de organizaciones sociales en pro del medio ambiente y la falta de estrategias de planificación de protección ambiental dentro de la misma. Por lo tanto, haciendo referencia a los métodos utilizados en esta:

1. Solicitar a los delegados de cada comunidad, la asignación de una o varias personas que se encarguen de supervisar todas las actividades planteadas en la estructura del programa.
2. Pláticas de sensibilización orientada al manejo adecuado de los recursos naturales, convocada a toda la población en casa del delegado representante de cada comunidad, para crear y promover los beneficios de una cultura de cuidado al medio ambiente.

La problemática social de los habitantes de estas comunidades es similar al resto de las 104 del municipio de Navojoa, su marginación es evidente y añeja, debido a sus escasos ingresos, con mucha dificultad pueden cubrir al menos su alimentación con productos de la canasta básica, es decir, hay hambre, una situación compleja y precaria; que decir en el caso de algún remanente en su ingreso, sencillamente, tratar de sobrevivir., el acceso a la salud tan escaso como sus ingresos económicos, en casos de urgencia médica difícilmente acceden si quiera a primeros auxilios; en el aspecto educativo en la comisaría de San Ignacio cuenta con una secundaria rural, para atender a los jóvenes de sus comunidades.

Recomendaciones

Teniendo en cuenta que los programas de apoyo social de los diferentes niveles de gobierno tienen claramente establecidos sus requisitos para solicitar ser beneficiario de ellos, así mismo contemplan los tiempos de entrega de los recursos mencionados, consideramos oportuno ampliar las actuales Políticas públicas enfocadas al desarrollo social sustentable, como:

- . Programas enfocados a su atención emergente, tales como el programa de empleo temporal y el DN3 en caso de desastre natural.
- . Programas permanentes enfocados a atender la problemática, como la cruzada del hambre y oportunidades.
- . Ampliar la oportunidad de acceder a educación mínima de nivel medio superior (preparatoria).

. Contar con una clínica del seguro social con servicios básicos para sus habitantes.

Referencias

Boullón, Roberto (2006). *"Espacio Turístico y Desarrollo Sustentable"*.
Cárdenas, Martha Pérez García y Gilberto Hernández (1994); *Revista de cultura científica de la Facultad de Ciencias de la Universidad Nacional Autónoma de México*.
Informe de la Comisión Brundlandt. (1990). *Conceptos básicos de microeconomía* (3ª Ed.) México: ESIC Editorial.
Declaración de Río sobre el medio ambiente y el desarrollo, 1992
Gaceta Innovación, DR 2008 Foro Consultivo Científico y Tecnológico A
María Teresa Freire Rubio, Francisco José Blanco Jiménez, (2006) *Prácticas*
Marks, Karl: *Manuscritos económicos y filosóficos I*
Urquidí, Víctor L; (2007) *Desarrollo Sustentable y Cambio Global*, D R El colega de México, A.C.

Parte III

Finanzas Corporativas

Fomento de ahorro en la escuela primaria en el sur del municipio de CAJEME
Gabriela Russo Gómez, gabrielarusso@hotmail.com & Imelda Lorena Vázquez
Jiménez

Resumen

Este proyecto nace del entusiasmo de los alumnos asesorados por el Centro Universitario de Enlace Comunitario (CUEC) dentro del Departamento de Vinculación e incubación ITSON, con el motivo de lograr un cambio generacional, es decir, trabajar con niños en su temprana edad y cambiar el pensamiento del ahorro para llegar a que éste se consolide como parte elemental de su cultura, y donde la comunidad infantil reciba y crezca con esta formación. Con el objetivo de impactar a aquellas colonias marginadas ajenas a una educación financiera concentrándose la problemática en las colonias populares al sur del municipio de Cajeme, tal como lo es el 5° y 6° de la escuela primaria José María Leyva como objeto de estudio.

Antecedentes

La educación financiera es algo que se ha estado promoviendo desde las instituciones financieras hasta organismos públicos de nivel nacional e internacional, para dar herramientas de educación en base financiera. Hay un amplio material de apoyo desde las páginas de internet de los bancos como juegos, rompecabezas, diapositivas y en Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) también hay amplio contenido infantil para que puedan ser digeribles para los niños, como también videos desde youtube que explican lo que es el ahorro, crédito e inversión, dando mucho enfoque a su importancia.

A nivel internacional Students In Free Enterprise o Estudiantes en la Libre Empresa (SIFE), fue fundada en Texas Estados Unidos, en 1975. SIFE, es una red global formada por estudiantes universitarios, líderes académicos, ejecutivos de negocios y empresarios, comprometidos con el desarrollo sustentable de un

mundo mejor para todos. El programa de SIFE, se enfoca en cinco áreas: economía de mercado, habilidades directivas, emprendimiento, alfabetización financiera y ética en los negocios.

En México surgió en 1995 cuando la Secretaría de Educación Pública (SEP) buscaba introducir materias extracurriculares en las primarias del país, pero con la falta de continuidad no avanzó el proyecto. En el 2002, la AMIB desarrolló esta función en forma importante y, debido a los cambios en la legislación y el impulso a la actividad autor regulatoria, llegó a convertirse en entidad certificadora. A fin de dar continuidad al esfuerzo en la preparación del personal que participa en el medio bursátil, la Bolsa Mexicana de Valores decidió retomar esta experiencia integrándola dentro de BMV-Educación.

A nivel municipal se participa con el proyecto CUEC el cual fue solicitado por el Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON) y es aprobado con el nombre “Un peso por mi futuro” con el motivo de lograr un cambio generacional, es decir, trabajar con niños en su temprana edad y cambiar el pensamiento del ahorro para llegar a que éste se consolide como parte elemental de su cultura, y donde la comunidad infantil reciba y crezca con esta formación.

Planteamiento del problema

En México la mayoría de las personas se distinguen por gastar más de lo que se gana, la facilidad de obtener créditos y de adquirir bienes y servicios, que esta fuera de alcance, implica una deuda de la que muchos no pueden pagar.

La mayoría prefiere pagar un costo extra, lo que se llama interés, para adquirir un bien o servicio de manera inmediata en vez de ahorrar y pagar el costo total de dicho bien o servicio. En gran parte el problema de la economía en el país no es tanto el consumo si no la falta de ahorro y el gran endeudamiento que se tiene, en la actualidad en las escuelas a nivel primaria y secundaria, ni siquiera en preparatoria, existe una materia donde se le explique al alumno conceptos básicos de economía, siendo que la mayoría de los problemas a los que se enfrentan las familias mexicanas son económicos.

La mayor población de bajos recursos se encuentra en colonias generalmente abandonadas y lejos de capacitaciones u orientaciones que los lleven a una educación financiera y que promuevan la cultura del ahorro en ellos. De tal manera que no tienen la oportunidad de mejorar su calidad de vida mediante el conocimiento de la importancia del ahorro. Misma situación es la que se refleja en el Ejido Robles del Castillo en el Municipio de Cajeme. Dada la problemática que se presenta en esta comunidad como población sin empleo, población con escolaridad de primaria y secundaria, se presenta este proyecto como un programa de educación financiera que tiene como objetivo fomentar en los futuros empresarios y líderes de negocios, una cultura de responsabilidad social y de contribuir a la comunidad generando la cultura del ahorro desde temprana edad. Por lo anterior se hace el siguiente cuestionamiento:

¿Qué estrategia será la adecuada para generar la motivación en los niños de la escuela primaria José María Leyva y que a su vez se capaciten de ahorro financiero?

Objetivo

Mostrar la estrategia desarrollada y su capacitación para lograr la cultura del ahorro en los grupos 5° y 6° de la escuela primaria José María Leyva.

Marco teórico

Dentro del contexto de la presente investigación se hará hincapié a conceptos en finanzas básicas, tales como el ahorro y la inversión, para la entera comprensión del lector a continuación se definen dichos conceptos, según distintos autores:

Para Sergio Ricossa (1927), el ahorro es el ingreso no consumido, es decir la diferencia entre el ingreso y el consumo.

Según Arthur Andersen (1881 - 1947) el ahorro es el resultado de la actividad de reservar una parte del consumo actual para destinarla a un consumo futuro; es una diferencia positiva entre los ingresos y gastos. Y ahorrar es guardar una parte de los ingresos y reservarlo para una posterior utilización o para la formación de un capital.

Por otra parte Gerald M. Loeb (1899 - 1974) expresa inversión de una forma muy general, implica colocar dinero en algún negocio y/o destinar recursos a alguna operación con el objeto de obtener alguna utilidad.

Y por último Arthur Andersen (1881 -1947) explica a la inversión como una colocación de fondos en un proyecto con la intención de obtener un beneficio en el futuro.

La cultura del ahorro es de suma importancia, en México, el nivel de endeudamiento es alarmante, la mayoría de las personas quieren vivir en un nivel más alto del que pueden pagarse, cueste lo que cueste, y cada vez hay más financieras o empresas comerciales que viven del crédito, y ofrecen un paraíso terrenal que realmente si no se sabe manejar cautelosamente es un camino seguro a la ruina.

El ahorrar establece una reserva para el futuro, con el ahorro se puede prever la autosuficiencia económica para conformar un capital, que por pequeño que sea cubrirá compromisos futuros y evitara caer en incumplimientos o perdida de libertad económica. El ahorro es muy bueno ya que por medio de este se pueden resolver problemas o situaciones que se presentan en que las personas deberían estar preparadas con dinero.

La importancia del ahorro radica como anteriormente se dijo en poseer fondos para esperar cualquier eventualidad ya sea una emergencia u otras mucho más esperadas como un viaje o simplemente la realización de cualquier objetivo económico.

Actualmente el ahorro puede ser llevado a cabo en diversas formas, dentro de las cuales se destacan:

- Cuentas bancarias de ahorro: estas son resaltadas pues no solo proporcionan a las personas ahorradoras la posibilidad de guardar celosamente sus bienes económicos, sino que a su vez proporcionan la posibilidad de ofrecer rendimientos financieros que con el tiempo resultan en ganancias para el ahorrador.

- Ahorro por seguros de vida: son mencionados debido a que estos son una excelente forma de ahorrar, pues permiten que al mismo tiempo que el ahorrador se mantiene protegido y protege a los suyos contra cualquier eventualidad, tiene la posibilidad de guardar fondos para el futuro.

Es muy importante resaltar que los objetivos y la importancia de la actividad de ahorrar, son en su base todos aquellos sueños que se pretenden realizar en el futuro ya sea cercano o lejano, o simplemente el deseo de guardar el dinero para evitar la incorrecta utilización de bienes; sin embargo a continuación se mencionan algunos muy buenos motivos por los cuales ahorrar resulta muy beneficioso para las personas:

- El ahorro fomenta la mentalidad ahorrativa e inversionista, no solo personal sino también general.
- El ahorro facilita la concepción de objetivos a corto, mediano y largo plazo.
- El ahorro contribuye directamente al enriquecimiento paulatino de la comunidad en general.
- El ahorro fomenta el interés por los movimientos económicos, ayudando así a la comunidad a entender más fácilmente el estado económico del país en donde se reside.
- El ahorro con el tiempo lleva a una mejor calidad de vida, no solo individual, sino también social.
- El ahorro contribuye a estimular el pensamiento de futuro; ayudando así a crear una planeación del mismo, facilitando importantes logros de objetivos como la concepción de la educación de nuestros hijos, entre otros.

Dado lo anterior queda demostrado que el ahorro no solo se muestra como una excelente manera de asegurar nuestro futuro, sino también que se presenta como una vía alterna y positiva para acceder a un nivel de vida mucho más estable. Y por ende un crecimiento económico a nivel país, de ahí la importancia de fomentar la cultura del ahorro.

Una vez que en los países del mundo y en México se identificaron los grandes beneficios y costos de oportunidad que se derivan de una cultura del ahorro en sus ciudadanos, se han creado organismos gubernamentales y no gubernamentales especializados en dar capacitaciones en finanzas básicas que promuevan el ahorro a la población, algunos de ellos son:

- *Rich Dad* (padre rico): es una compañía dedicada a la educación financiera, ofrece cursos, seminarios, libros, juegos que fomentan la cultura del ahorro y pasos que llevan a una libertad económica, incluso para el retiro, como la filosofía de la compañía de que el conocimiento es el nuevo dinero (*Knowledge: the new money*), y creen que la base de la riqueza es la educación, actualmente ofrecen programas gratuitos en Estados Unidos, Reino Unido y Canadá, de dos tipos, uno de *Coaching* (entrenamiento personalizado) y uno de cursos presenciales.
- *Money Skill* (habilidad del dinero): es un programa en línea gratuito basado en un curso de finanzas personales para los adultos jóvenes desarrollados por la Fundación AFSA Educación. Este plan de estudios interactivos está dirigido para millones de estudiantes de preparatoria y universitarios que se gradúan cada año sin un conocimiento básico de los fundamentos de manejo del dinero.

El curso está diseñado para la educación en temas de economía, matemáticas, estudios sociales, y finanzas personales. Los estudiantes experimentan el plan de estudios interactivo, tanto el texto escrito como en audiovisuales.

- Educación Financiera Banamex: pioneros en capacitación de finanzas personales en México, que junto con el ITESM (Instituto Tecnológico de Estudios Superiores Monterrey), crearon un programa de capacitación en línea gratuito llamado “Finanzas personales: tu trabajo, tu dinero y tu patrimonio”, el cual ofrece las herramientas financieras aplicables en la vida diaria para lograr el éxito financiero.

- Finanzas personales México: es una organización educativa de dedicada a la enseñanza de finanzas personales, desde la etapa preescolar hasta la edad de jubilación. Brinda una propuesta innovadora que se perfila como una de las más completas en México. Ofrecen diferentes cursos y materiales didácticos que enriquecen el conocimiento de sus participantes. Principal interés es el de promover la planificación del futuro financiero de las personas.

La educación financiera debe ser inculcada desde la infancia. Los niños deben estar informados y desarrollar buenos hábitos con respecto al dinero: uno de los primeros pasos, es fomentar conductas ahorradoras en el ser humano a temprana edad, se ha tomado la decisión en diversos países de implementar programas de capacitación en finanzas para niños, los cuales han sido aceptados con éxito alrededor del mundo. Para esta investigación se hará referencia a ciertos organismos gubernamentales y no gubernamentales que a través de los años se han dedicado a la educación financiera en México y en el mundo.

Esta clase de proyectos de capacitación se fue generando simultáneamente y de inicio solo existía en los países más desarrollados del mundo, como en el caso de Estados Unidos de América, donde diversas entidades privadas detectaron la falta de cultura financiera como un costo de oportunidad, y una alternativa de negocio. Fue a partir de esa detección que se fundaron empresas que se dedican exclusivamente a la capacitación de finanzas para niños.

A continuación se hace un breve listado de algunas compañías estadounidenses dedicadas a esta clase de proyectos:

- *Money Savvy Generation* (la generación del ahorro): La idea surge de las dificultades que tenían las personas en términos y usos financieros, el objetivo de la empresa es proveer a los maestros y padres de materiales que capaciten a los niños en finanzas. Dentro de sus productos se encuentran libros de colorear, lecturas didácticas, el *Money Savvy Pig* (alcancía), entre otros. Uno de los servicios más importantes de la compañía es el entrenamiento de maestros de modo que sirvan de facilitadores del proyecto
- *Raising CEO Kids* (Impulsando a niños ejecutivos): Es una asociación de padres y niños emprendedores, dedicada al descubrimiento, impulso y motivación en niños que quieran iniciar en el mundo de los negocios, se les relaciona con el ahorro, ya que dentro de sus programas y manuales de capacitación para la formación de niños empresarios se encuentran técnicas y estrategias para ser ahorradores a temprana edad.

- *Rich Kid, Smart Kid* (niño rico, niño inteligente): es una iniciativa de la empresa líder en manuales de finanzas personales, *Rich Dad Company* (fundada por Robert Kiyosaki), surge de la importancia de iniciar una vida de finanzas sanas a temprana edad, los productos que ofrece son manuales, libros y juegos didácticos con multimedia. Todo bajo el precepto de que el conocimiento es el poder, su misión es entrenar a un nuevo grupo de dueños de negocios y pensadores creativos que se convertirán en los nuevos líderes de sus comunidades.

Gracias a la globalización, los programas de capacitación en finanzas personales para niños, de otros países, principalmente de EUA, se han transmitido a México, y debido al éxito que estos han tenido a nivel mundial, en México se toma la decisión de implementarlo, cuando diversas entidades públicas y privadas optan por promover el ahorro por medio de programas de capacitación en finanzas personales para niños.

A continuación se presenta una breve descripción de algunos de las entidades dedicadas a este tema.

- **CONDUSEF:** Comisión nacional para la defensa de los usuarios de los servicios financieros, organismo dependiente de la SHCP, que surge después de 1995 (crisis financiera mexicana), tiene dos funciones muy importantes, la de prevenir problemas en el ámbito financiero y corregirlos en caso de que existan, resuelve quejas y orienta a los usuarios financieros, es un organismo de protección. Uno de sus compromisos más importantes es el de fomentar la educación financiera, coincidiendo con las demás organizaciones se destaca la

importancia de hacerlo a temprana edad, razón por la cual crea 6 guías de educación financiera para el maestro, que busca brindar a los profesores un instrumento sencillo y claro que les permita transmitir los conocimientos básicos en finanzas y economía a la población infantil, las guías contienen conceptos, actividades, ejercicios y juegos que les permitirán aplicar los conocimientos adquiridos. Otro de los servicios de la CONDUSEF de esta índole, es la sección infantil de internet, donde los pequeños tendrán acceso a juegos, lecturas, actividades para desarrollar en el hogar y recibirán consejos de ahorro.

- Finanzas para niños en internet: actualmente los niños ocupan mucho de su tiempo navegando en la web, por lo que asociaciones gubernamentales y no gubernamentales ofrecen gratuitamente actividades y juegos que promueven de manera directa la cultura del ahorro, entre ellas se encuentran las siguientes:

- Fundación Cultural Finanzas para Niños: aquí encontrará cuentos, juegos, páginas para colorear y galerías de fotos. Un buen inicio en las finanzas para sus pequeños.

- Educación financiera para niños y otras sorpresas: a través de esta página web los niños podrán interactuar con los diversos personajes que relatan cuentos y a la vez aprender sobre finanzas personales.

- Mi Banxico: en este apartado de la página del Banco de México, con juegos y cuentos, los niños podrán conocer más acerca de esta institución, encargada de la administración del dinero mexicano.

- El SAR para niños, vínculo web de la página de la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR). Podrá leer y descargar cuentos para

que los niños disfruten de la lectura y enseñanza de finanzas personales a través de divertidas imágenes.

- Programa de Educación Financiera y otras Sorpresas: dirigido y de la autoría de Verónica Huacuja, proporciona información sobre temas relevantes de finanzas prácticas relevantes, aptas para niños con ilustraciones y juegos.
- Identidad ABC S.A.S.: comercializa productos innovadores, para ayudar a padres, maestros, niños y jóvenes para que despierten las habilidades básicas de finanzas personales. Forma parte de la sociedad con *Money Savy Generation*, mencionada anteriormente.
- Fundación Cultural Finanzas para Niños: es una asociación civil que tiene por objeto la promoción y difusión de la cultura financiera, ofrecen talleres de finanzas para niños, libros, juegos y actividades. Así como una variedad de juegos en línea. Es una asociación independiente de cualquier entidad o dependencia del sector público, privado o de carácter gremial.

Metodología

La investigación se realizó en la Escuela Primaria José María Leyva, en los grupos de 6to “B” y 5to “A” conformados por un total de 18 y 16 alumnos respectivamente; distribuidos de la siguiente manera: en 6to “B” se cuenta con 11 niños y 7 niñas, mientras que en 5to “A” se tienen 7 niños y 9 niñas. Con un total de 34 alumnos.

Se elaboraron algunos materiales como el pre test con el fin de identificar las fortalezas y debilidades de los niños y niñas en los temas de educación

financiera. Dicho pre test consta de un cuestionario de diez preguntas opción múltiple.

Así mismo se realizó un cuestionario de once preguntas de opción múltiple llamado pos test, el cual tuvo la finalidad de evaluar los conocimientos derivados de la capacitación.

Para la elaboración de las sesiones de capacitación se utilizaron la investigación de páginas web, videos, e ideas derivadas de programas de entrenamiento en finanzas básicas ya puestos en marcha por entidades externas, del mismo modo se elaboraron diapositivas de iniciativa propia, mismas que contienen los temas y actividades emprendidas en las sesiones.

Resultados y discusión

En función a los resultados obtenidos, se puede dar cuenta que el proyecto realmente impactó de manera positiva en la formación de los participantes ya que se cumplieron las metas y objetivos previstos, basándose en los conocimientos adquiridos. Debido a que el porcentaje de ahorradores logrado fue arriba del 70% del total de niños de la escuela primaria José María Leyva en los grupos de 5° y 6°, abarcando a la mayor parte de los niños. La media general y media por ahorrador fueron significativas considerando las condiciones de vida de estos niños.

En uno de los metas mas importantes basado en las respuestas del post-test se puede apreciar que la mayoría de los alumnos representando arriba del 60% establecieron un vocabulario con palabras claves como inversión, economía,

impuestos, instituciones financieras entre otras. Por otra parte también se pudo hacer comprender a algunos de los alumnos que las finanzas es un tema que deben realizar con conciencia desde su temprana edad para mejora de sus decisiones económicas así mismo motivar sus ganas de salir adelante por un camino honrado a base de esfuerzo y dedicación ya que diario se discutía sobre algún tema importante para que los niños se motivaran a salir adelante.

En base a las encuestas aplicadas de inicio y final a los niños con los que se llevó a cabo el presente proyecto, permite conocer y comparar la situación del antes y después del criterio de cada uno de ellos. Facilitando el conocer que tan satisfactorio fue la realización del proyecto “Un peso por mi Futuro”. Motivando a lograr un cambio generacional, donde el ahorro se consolide como parte de la cultura en los niños.

Ya que el resultado de la capacitación fue positivo se puede coincidir con los programas de capacitación en ahorro mencionados en el capítulo II puesto que es muy importante que los niños estén informados y desarrollen buenos hábitos con respecto al dinero por ejemplo, fomentando conductas ahorradoras.

Conclusiones y recomendaciones

La realización de este proyectos denominado “Un peso por mi futuro” con objetivos de impartir conocimientos financieros tan acordes a las necesidades y exigencias del mundo actual se convierten en necesarios e importantes para la comunidad. Debido que la educación es la base de todo desarrollo y crecimiento económico de un país, generando mejor y mayor calidad de vida de las personas.

En función a los resultados obtenidos, se puede concluir que el proyecto realmente impactó de manera positiva en la formación de los participantes ya que se cumplieron las metas y objetivos previsto basándose en los conocimientos adquiridos y el hábito al ahorro inculcado durante el curso.

La comunidad infantil al sur de Cajeme es una población completamente olvidada para la fomentación del ahorro; Solo basta escuchar de los niños el que tanto saben, la visión que tienen y el entorno que les rodea. Pero a pesar de ello, se encuentran con valores fundamentales para la educación; niños con motivación y participativos. Donde gracias a ello se permitió el logro de objetivos planteados.

El trabajar con niños a esta edad y nivel escolar, permite la creación de nuevas expectativas de vida para ellos mismos aún con el poco o mucho dinero que reciben de sus padres.

Hay que destacar que muchas veces las condiciones humanas limitan a las personas a llevar a cabo cierta actividad para el logro de sus metas u objetivos. Pero la comunidad infantil objeto de estudio demostró que aún no teniendo suficientes recursos son capaces de ahorrar para tener su propio fondo; esto como resultado del trabajo y esfuerzo desempeñado durante la capacitación.

Para finalizar, considerar que la aplicación y el seguimiento de este proyecto, tiene la capacidad de crear y reafirmar una conciencia financiera en la niñez, por lo que en el largo plazo, se espera una sociedad cada vez más educada y consciente de sus finanzas, para lograr que tomen mejores decisiones y un futuro mejor asegurado.

A lo largo del desarrollo del proyecto un peso por tu futuro se lograron descubrir algunos problemas en la escuelas a la que se asistió, tales como falta de atención por parte de los alumnos, e interés en el estudio, para esto la recomendación del equipo es que el maestro encargado del grupo debe de hacer las clases más didácticas ya que los alumnos tienen cierta apatía por aprender, y no les gusta poner atención; al estar yendo a impartir clases nos dimos cuenta que los niños aprenden más y le echan más ganas mientras juegan.

Se recomienda propiciar la lectura debido a los graves problemas de ortografía y fluidez, así mismo se considera importante recalcar la importancia de promover el pensamiento lógico en las instituciones públicas ya que gracias a este análisis se detectaron graves problemas en el sentido común de los niños evaluados.

Se cree también que en la escuela se debería de dar más atención a lo que son los valores como el respeto, limpieza, educación, responsabilidad, entre otros, ya que los niños no se respetan entre ellos ni respetan a su profesor, no cuidan sus cosas ni las instalaciones de la escuela, una recomendación para inculcarles valores es que se cuente con reforzadores para la limpieza y cuidado de los niños mediante algún tipo de dinámicas y reconocimiento a este.

Se cree que los maestros deberían de estar mejor capacitados para lidiar con el desarrollo de los niños ya que muchas veces no se refieren a ellos con el tacto adecuado, se logró percibir que cuentan con poca tolerancia al comportamiento de los niños, para esto se recomienda capacitación para el

maestro, como cursos o platicas una vez al mes para así reavivar su trabajo como educador.

Así como el alumno economista va a dar clases de finanzas básicas para fomentar el ahorro en los niños se recomienda se recomienda que el alumnado de psicología también lleve a cabo un proyecto similar a este ya que se logró ver que los niños muestran ciertas irregularidades en su comportamiento, se les puede ayudar con platicas de superación personal, autoestima, etc.

Referencias

- Bolsa Mexicana de Valores sección Educación www.bmveducacion.com.mx
Condusef www.condusef.com.mx
XII Censo General de Población y vivienda del INEGI. (2001) Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI. <http://www.inegi.org.mx/>
Enlace Comunitario CUEC. Documento de Diagnóstico Social de la comunidad Sonora en el Municipio de Cajeme. Elaborado por el Área de Diagnóstico Social y Procesos Participativos CUEC-ITSON.
Ricossa, Sergio (2004). Diccionario de economía, Siglo XXI editores. Diccionario de economía y negocios, Arthur Andersen, Editorial Espasa Calpe SA, 1999.
Robert H. Frank y Bens Branke (2003) Principios de Economía, McGraw - Hill
Martin Mormolejo González (1994), Inversiones, Instituto mexicano de finanzas AC, México.
Gordon J Alexander William F. Sharpe (2003) Fundamentos de inversiones 3º edición. Pearson Educación de México SA de CV.

Aplicación de un auto diagnóstico y análisis para detectar áreas de oportunidad microeconómicas en Mueblería Valdez Baluarte, Álamos, Sonora
Cecilia Guadalupe Vásquez Valdez, ceciliavasquezv@hotmail.com; Cecilia Aurora Murillo Félix & Julio Cesar Rosas Sierra

Resumen

El presente artículo describe un estudio realizado en la empresa, Mueblería Valdez Baluarte ubicada en Álamos, Sonora donde actualmente no se ha llevado a cabo estrategias para manejar el personal, estructura de organización, reclutamiento, esquema y remuneración, estrategia de reemplazo, competencia, mercadeo, precios y canales de distribución. Derivado de lo anterior se aplicó un diagnóstico, con la finalidad de analizar la información y detectar áreas de oportunidad en su ambiente microeconómico, para la mejora de las actividades de los departamentos. Realizándose el procedimiento de semaforización, arrojando tres respuestas distintas, el color verde del semáforo indica, efectividad buena del departamento, el color amarillo reconoce la necesidad de hacer más por el área y el color rojo advierte la necesidad de cambiar.

Antecedentes

Desde la épocas antiguas se tiene la certeza de que se utilizó un registro de información en Egipto y Mesopotamia seis mil años antes de Cristo y de actividades bancarias entre los años 5400 y 3200 AC. (Urrea, s.f.)

En las empresas los problemas administrativos, se presentan por descuido de áreas y es por ello que se realizan diagnósticos y se analiza la información de cada departamento, para fortalecer la entidad económica, el auto diagnóstico sirve para identificar las debilidades existentes en los procesos de la empresa, de esta forma, puede llegar a convertirse en la fuente de información más importante para identificar los objetivos prioritarios a mediano plazo, que suelen estar siempre relacionado con aspectos organizativos. En todo caso, la autoevaluación prevé la relación de análisis en dos grandes áreas: internas y externas. (Merli 1997).

El diagnóstico es el estudio de la realidad, la identificación de oportunidades y amenazas del entorno, de los puntos fuertes y débiles internos, para formular planes de acción. (Pérez, 2010)

La presente investigación es de la empresa mueblería Valdez Baluarte ubicada en la ciudad de Álamos Sonora, la cual inicio operaciones en 1963, en el Dorado Sinaloa, se inició como negocio familiar y como persona física, actualmente está constituida como persona moral y sociedad anónima de capital variable. Después de cuatro años de haber iniciado Mueblería Valdez Baluarte empezó a expandirse y hoy cuenta con treinta cuatro sucursales así como también su propia fábrica de muebles de madera, en Sonora se cuenta con tres mueblerías de esta empresa, ubicado en distintas ciudades, como en Hutabampo, Obregón y Álamos. En Álamos abrió sus puertas en el 2009 y cuenta con once subordinados.

Planteamiento del problema

El auto diagnóstico empresarial se utiliza para formular estrategias de la situación actual, es por ello que las empresas necesitan análisis profundos para detectar áreas de oportunidad, buscando las problemáticas específicas para emprender acciones correctivas a tiempo e Identificando las principales fortalezas y debilidades, lográndose por medio de este análisis que la entidad económica mejore y tenga un excelente control. La empresa objeto de estudio no cuenta con estrategias de estructura de organización, reclutamiento y selección, esquema y remuneración, estrategia de reemplazo, competencia,

mercadeo, estrategias de precios y canales de distribución. Debido a lo anterior surge la siguiente interrogante ¿Cómo se encuentra actualmente la empresa “Mueblería Valdez Baluarte” en los diferentes aspectos económico, administrativo y financiero?

Objetivo

Aplicar un auto diagnóstico a la empresa Valdez Baluarte que pueda ser el medio para la detección de áreas de oportunidad en su ambiente microeconómico que puedan afectar a la entidad económica de la empresa en cuestión, así como también para apoyar en las decisiones de la planeación, organización y dirección del negocio, contribuyendo en la evaluación de beneficios o impactos en la entidad.

Justificación

La importancia de un diagnóstico y del análisis de información, radica en la necesidad de detectar las áreas de oportunidad microeconómicas y sus debilidades que puedan afectar cada una de los departamentos en este caso de Mueblería Valdez Baluarte. Beneficiando la mejora de la entidad y sobre todo de sus clientes, del personal, de la estructura de organización, del reclutamiento, de las estrategias de reemplazo, del mercadeo, de los precios y de los canales de distribución, ya que por medio del análisis se obtendrán resultados sobre el desempeño que está teniendo la organización.

Con la información y detención de áreas afectadas se podrán tomar decisiones de carácter económico sobre la misma, donde la investigación ayudara a establecer estrategias de la empresa que permitan un manejo eficiente de los departamentos.

El auto diagnostico que no se aplica en las empresas, presenta fallas en la administración ya que no se dan cuenta, a tiempo, de las problemáticas que se están generando en las áreas además de no identificar sus oportunidades y debilidades, lo que ocasiona una pérdida de consumo y producción.

Marco Teórico

El autodiagnóstico de la secretaría de economía es una herramienta que, a través de un cuestionario auto aplicable, le permita evaluar sus prácticas por área dentro de la planta, detecta áreas de mejora para incrementar la productividad y competitividad de la planta (Secretaría de Economía).

El proceso diagnóstico es un medio, un fin para potenciar los recursos y la capacidad estratégica, por lo cual es un componente de la dirección y planeación estratégica que sirve para la toma de decisiones e involucra los fines de productividad, competitividad, supervivencia y crecimiento de cualquier clase de organización. (Vidal, 2004)

Las herramientas de diagnóstico ayudara a saber qué es lo que tenemos y que es lo que nos falta a la hora de implementar un proyecto de gestión del conocimiento. Hay herramientas más simples que otras, y por lo tanto los resultados que obtenemos con ellas son muy diversos las cuales son: los mapas de

conocimiento, por medio de esta herramienta extraemos información acerca de lo que las empresas tienen y es válido, lo que tienen y no es válido y aquello que no tienen y deberían tener, los cuestionarios son herramientas de análisis de datos y las matrices son herramientas de análisis del diagnóstico es muy efectiva, ya que ofrece una valoración de las capacidades que tienen una organización en cuanto a gestión del conocimiento se refiere. (Barcelo, 2001)

Las herramientas de un autodiagnóstico son aplicadas a una entidad económica, que está compuesta por distintas áreas, donde se determina un análisis de la situación actual de la empresa.

Una entidad económica es la combinación de recursos humanos, naturales y financieros, coordinados todos ellos por un centro por un centro de decisiones el cual dicta el destino de dicha entidad, dado este principio debe de observarse que, son importante, a final de cuenta, es el centro de toma de decisiones. (Latapi, 2003)

Método

El sujeto de estudio de la presente investigación es la empresa mueblería Valdez Baluarte ubicada en Álamos, Sonora que cuenta con un total de once empleados datos proporcionado por el gerente de la empresa. La aplicación fue hacia un gerente, dos secretarías, tres vendedores, dos entrega, una encargada de limpieza, un supervisor de cobranza y cambaceo.

El instrumento que se utilizó en la presente investigación fue por medio de un autodiagnóstico para pequeñas y medianas empresas de la Secretaría de

Economía, y está elaborado por una serie de preguntas separadas por capítulos, que están enfocadas hacia la empresa, con el fin de que se muestre como se encuentran las distintas áreas y que se obtenga un análisis completo de la organización por medio de este método.

El Instrumento ayuda a detectar áreas de mejora para incrementar la productividad y competitividad.

El sistema de auto diagnóstico evalúa las áreas de personal, estructura de organización, reclutamiento y selección, esquema y remuneración, estrategia de reemplazo, competencia, mercadeo, precios, estrategias de precios y canales de distribución, es evaluado mediante un sistema de semaforización donde el verde indica que la empresa se encuentra en una buena posición o tiene una alta efectividad, el color amarillo muestra un resultado de efectividad regular y el rojo indica preocupación de la entidad económica, está en un grado de baja o nula efectividad y significa tomar medidas urgentemente. Una vez aplicado arroja los resultados de los distintos departamentos.

Posteriormente se realizó la captura de la información arrojada por la encuesta aplicada, donde se menciona la descripción de cómo se encuentra cada departamento. Una vez ya teniendo toda la información se analizó y se procedió a la elaboración de recomendaciones en puntos estratégicos para mejorar en los departamentos que resultaron en categorías amarillos y rojos.

Resultados y discusión

Se presentan los resultados del auto diagnóstico en base a la información proporcionada por los diferentes departamentos. Donde el personal, muestra flexibilidad y preocupación para atender adecuadamente las necesidades y expectativas de su entorno, en particular de sus clientes. Cuenta con buenas estrategias que combinan la experiencia de directivo y consultores externos para descripción de los puestos.

Reclutamiento y selección, la incorporación de nuevos empleados competentes y con alto potencial de desarrollo, es sin duda una de las mejores estrategias para incrementar la productividad de la empresa, de continuar aplicándose en forma permanente será la base de mayores éxitos en el futuro. Su personal cuenta con procedimientos adecuados para la inducción de nuevos empleados y muestra interés por mantener una buena coordinación entre las diversas áreas de la empresa para llevar a cabo este proceso.

Esquema y remuneración, la empresa se preocupa por desarrollar esquemas competitivos de remuneraciones, constituye una de sus mejores fortalezas, sobre todo si logra tener ventajas sobre sus competidores, esta estrategia puede atraer talentos a su equipo de trabajo y crear un círculo virtuoso de mayor competitividad y rentabilidad.

Estrategia de remplazo, la actitud de organismo permite diseñar mecanismos adecuados para el remplazo de personal, cualquiera que sea la posible causa, se ha desarrollado una buena infraestructura técnica y administrativa para la planeación y desarrollo de personal, cuenta con políticas

adecuadas para el procedimiento y explotación del inventario de recursos humanos.

En Competencia, la empresa está utilizando mecanismos formales de exploración de información relevantes de la competencia, lleva a cabo un análisis de los competidores líderes y de la tendencia que está fluyendo en el mercado. Sin embargo, el sistema encontró que la empresa está invirtiendo mucho en ofrecer mejores condiciones al cliente, pero es importante saber si lo que se está haciendo es lo que realmente quiere el cliente. La empresa tiene altas posibilidades de quedarse con los clientes.

Mercadeo, la organización para la comercialización tiene una alta efectividad en la organización para la comercialización, la empresa ha asumido una actitud dinámica para colocarse y sostenerse en el mercado en sus productos y en una imagen institucional reconocida.

Es de gran utilidad conocer los precios de las demás empresas que se dedican a la venta de muebles como Valdez Baluarte, porque en base a ello se puede diseñar estrategias de ventas.

Es importante también saber que los precios que se establecen no pueden contraerse exclusivamente en factores de costos por que esto también repercute en el elevado costo que se asigna al producto con el riesgo de que la mercancía no se venda.

Conclusiones y recomendaciones

Mediante el proceso de auto diagnóstico, se cumplió con el objetivo de la investigación, para la detección de áreas de oportunidad en su ambiente microeconómico que puedan afectar a la empresa, así como apoyar en las decisiones de planeación, organización y dirección del negocio. Lográndose por medio del auto diagnóstico de la secretaría de economía aplicada a la entidad económica.

Se obtienen las siguientes conclusiones:

La organización está establecida en una ubicación adecuada por que se localiza en un lugar céntrico de fácil acceso para el consumidor, es importante mencionar que en cuanto a, ventas se refleja que han obtenido buenos resultados ya que Valdez Baluarte se ha expandido en 4 años creciendo con treinta cuatro sucursales establecida por diferentes partes del Estado de Sonora.

Tipos de planes con los que cuenta, se basa principalmente en la satisfacción del cliente, además el proceso productivo que actualmente tiene es adecuado ya que esta sistemáticamente organizado, coordinando las actividades de una manera fácil de realizar. Respecto a la tecnología que se emplea dentro de la mueblería también es adecuada para realizar algunas actividades de forma virtual. Esto proporciona un buen control de todas las tiendas por la comulación que hay entre las mueblerías Valdez Baluarte.

Se detectaron áreas de oportunidad, en relación a su organización muestra flexibilidad para atender adecuadamente las necesidades de los clientes.

En función a lo anterior se formuló las siguientes recomendaciones:

Diseñar su organización, distribuir funciones y responsabilidades de la manera que mejor asegure el éxito de su plan estratégico.

Hacer que participen en la selección de personal todos los interesados: los directivos, los supervisores directos y los responsables de la función de personal de la empresa.

Procurar que durante el proceso de inducción el nuevo personal pueda interactuar con los principales actores de la empresa y aprender de ellos. Establecer tabuladores competitivos basados en estudios del mercado laboral significativo.

Observar en la competencia cambios en el comportamiento de los mercados que puedan afectar a sus ventajas competitivas. Instrumentar los mecanismos de apoyo financiero que mejor combinen ventajas para la empresa y para sus clientes.

Respaldar la introducción de mejoras y nuevos productos a través de acciones corporativas de todos los responsables e interesados. Observar cuidadosamente los movimientos de precios de sus competidores y negociar criterios comunes cuando así convengan.

Referencia

- Barcelo llauger, M. A. (2001). *Hacia una economía del conocimiento*. madrid: pricewater house cooper.
- Latapi Ramires, M. (2003). *consolidacion fiscal financiero*. isef.
- Merli, G. (1997). *La Gestión Eficaz* . Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Perez, J., & Carballo, V. (2010). *Diagnóstico económico-financiero de la empresa*. Más ediciones.
- Secretaría de Economía* . (s.f.). Recuperado el 22 de 03 de 2013, de (2011) <http://www.economia.gob.mx>
- Urrea Reyes, C. N. (s.f.). *Contabilidad Financiera*.
- vidal, E. (2004). *Diagnóstico Organizacional: evaluación sistémica del desempeño empresarial*. Colección textos universitarios.

Parte IV

Proyectos de Inversión

Resumen

El presente trabajo tiene como finalidad presentar un diagnóstico turístico de los principales atractivos naturales y culturales del Estero de Moroncarit, en Huatabampo, Sonora. El diagnóstico turístico se realizó a través de la aplicación de una ficha de inventario de los recursos naturales y culturales que posee y a través de la cual se establece un registro detallado de la información del lugar y de la jerarquización de los atractivos con los que cuenta, y mediante la misma se pudo confirmar que los recursos son factibles de aprovechamiento y se podrían realizar actividades de ecoturismo y turismo de aventura lo cual indica que el Estero de Moroncarit es propicio para la inversión en un proyecto turístico.

Antecedentes

El turismo es una de las principales actividades económicas del país que le representa ingresos importantes a través de los destinos divididos en centros de playa, turismo de aventura, pueblos mágicos, turismo social, de negocios, y otras áreas que pretenden presentar una oferta atractiva para el visitante nacional e internacional.

Siendo el turismo en México es una de las principales actividades económicas que reporta ingresos importantes al gobierno federal, la idea fundamental que nos expresa la realidad actual, es que en los años siguientes habrá de consolidarse la orientación hacia el turismo innovador e inclusivo, que contemple a todas las clases sociales y a las personas de cualquier condición.

El autor de la Torre, (2004), menciona que dentro del turismo se pueden encontrar los recursos naturales turísticos que se define como todos los elementos de la naturaleza con determinada atracción que motivan al sujeto a dejar su lugar de origen por un determinado tiempo, con la finalidad de

satisfacer necesidades de recreación, esparcimiento, como lo son los bosques, lagos, playas, aguas termales, entre otros.

De acuerdo a lo anteriormente mencionado es necesario destacar que Moroncarit es un lugar que posee muchos recursos naturales turísticos pero el que más se destaca es el estero que corresponde al complejo lagunar Yavaros - Moroncarit - Santa Bárbara de la provincia fisiogeográfica llanura Costera del Pacifico, que tiene prolongación hacia el estado de Sinaloa y es un lugar destacado en la región sur de Sonora por sus recursos.

Moroncarit es una población de 1,350 personas que se ubican en los límites de la Laguna Moroncarit y cerca de los campos agrícolas del Valle del Mayo. El 73% de su población se encuentra empleada en el sector primario, ya sea en actividades agrícolas o pesqueras.

Moroncarit, ubicado en Huatabampo, Sonora, cuenta con gran diversidad de recursos naturales y culturales, los mismos que aún no han sido correctamente registrados, y debido a esto actualmente los recursos que posee no son explotados y en el lugar no se ha realizado proyectos que generen inversión turística y que propicien un desarrollo económico y social para los habitantes del lugar.

La elección del Estero de Moroncarit para la realización del presente trabajo surge durante la estancia en el tercer semestre de la licenciatura en administración de empresas turísticas, del curso de diagnóstico de proyectos turísticos, en el cual se eligió al Estero de Moroncarit, para realizar una serie de visitas al lugar.

A través de las visitas que se realizaron se obtuvieron resultados de la información detallada del lugar, lo cual serviría después para la elaboración de una ficha de inventario de recursos naturales y culturales con la información precisa de los atractivos naturales y culturales que posee y a través de esto se determinó que es posible la explotación de los recursos que posee el lugar.

Planteamiento del problema

El sistema lagunar Yavaros - Moroncarit - Santa Bárbara cuenta con características de gran importancia, desde socioeconómicas, culturales, paisajísticas y ecológicas, sobre todo la comunidad de mangle, que permite refugio de fauna silvestre, así como en la reproducción de especies dulceacuícolas tanto del estero como de la bahía.

El estero de Moroncarit es un lugar que cuenta con una gran riqueza natural, que en total suma un total de 287 especies de flora y fauna de las cuales, 42% son invertebrados marinos, 7% son peces, 23% aves, 1.4% algas, 31% plantas superiores y menos del 1% corresponden a mamíferos(Valdés et al, 1994), lo cual es de gran importancia para el desarrollo de actividades del sector primario como lo es la pesca, sin embargo esta riqueza natural podría aprovecharse para el desarrollo de un proyecto turístico. Es necesario determinar a través de un diagnóstico el potencial del lugar para convertirse en un sitio turístico.

Al diagnóstico turístico en el desarrollo de los proyectos se le ha restado importancia de una forma importante en nuestro país y esta es una de las principales causas por la que los proyectos no llegan al éxito que se espera.

A través de la realización del diagnóstico turístico se logra obtener la información exacta de atractivos naturales y culturales, detectando los recursos que podrían generar inversión proyectos de inversión turística y generar un desarrollo y beneficio en los habitantes de Moroncarit, detonando el potencial turístico del lugar.

En base a lo anterior surge la necesidad de dar respuesta a la siguiente interrogante ¿cuenta el Estero de Moroncarit con el potencial suficiente para el desarrollo de un proyecto turístico en el lugar?

Objetivo

Realizar un diagnóstico turístico de los atractivos naturales y culturales del Estero de Moroncarit, Huatabampo, Sonora, a través de la elaboración de una ficha de inventario de recursos turísticos para determinar el potencial turístico del sitio.

Justificación

El elaborar el diagnóstico turístico en el Estero de Moroncarit pretende detectar los recursos naturales y culturales que pudieran convertirse en atractivos turísticos.

Con la realización del diagnóstico se logra obtener los datos necesarios para determinar qué actividades se pueden realizar en el lugar, de esta manera se busca la explotación turística del lugar, para llevar a cabo un proyecto turístico en el lugar, el cual sirva como detonante de este tipo de turismo en la región, que traiga consigo desarrollo social y económico de los habitantes de la comunidad.

Marco teórico

Por su ritmo de crecimiento, el turismo se ha convertido en una de las industrias más importantes del mundo. Su importancia económica radica en las divisas que genera. En el caso de México, su captación sólo ha sido superada por el petróleo y recientemente por la industria maquiladora. Los ingresos por turismo que se captaron en 1996 sumaron 6 933.5 millones de dólares, cifra superior en 12.2% a la de 1995; de esos ingresos, el 76.3% correspondió a turistas pernoctantes y el 23.7% a excursionistas (de un sólo día), esto es, 12.8 y 10.4% más que en el año anterior, respectivamente, según el Banco de México, 1997.

El crecimiento de la actividad turística en nuestro país ha conllevado el interés del sector privado, el cual ha fomentado y desarrollado una serie de proyectos con las comunidades locales que van desde el manejo sostenible de la biodiversidad hasta el desarrollo de lugares turísticos, teniendo como objetivos: gestionar el potencial turístico, promover el patrimonio y las riquezas culturales y naturales de la zona. De esta manera, el turismo mejora la calidad de vida y se convierte en fomento de la creación de nuevas fuentes de trabajo, oportunidades

de empleo y generación de ingresos económicos a la vez de la consecución de beneficios sociales.

Un proyecto es el “Conjunto de actividades, planificadas, ejecutadas y supervisadas que, con recursos finitos, tiene por objeto crear un servicio o producto único” según Alberto Domingo Ajenjo, 2000.

Para que un proyecto turístico tenga éxito es necesario evaluar los recursos del lugar a través de la aplicación de un diagnóstico turístico.

La Secretaría de Turismo (SECTUR), (2004) define diagnóstico turístico como el proceso determinante para conocer el potencial turístico de los recursos con los que cuenta cierta zona.

El diagnóstico de un lugar con potencial turístico, siempre ha de contener un detallado inventario de los atractivos turísticos con que cuenten el país o la región, a fin de utilizarlo como uno de los elementos indispensables para determinar el tipo y la ubicación de las inversiones que han de venir a reforzar la planta turística del país.

En función de este inventario es posible definir las zonas que pueden considerarse como turísticas, dado el criterio psicofísico que toma en cuenta como prioritaria la motivación y el interés que despierta o puede despertar al turista un lugar, una manifestación (acontecimiento) o un elemento determinado. La jerarquización de zonas depende precisamente de la concentración en calidad o en cantidad de los atractivos que contenga cada una.

Definir la importancia de cada atractivo es muy importante para la identificación de proyectos.

Método

En la ficha de diagnóstico del estero de Moroncarit se realiza un análisis del potencial turístico del Estero de Moroncarit a través de la visita al lugar.

1. Diagnostico turístico

Se investigan los principales recursos naturales y culturales con los que cuenta el Estero de Moroncarit son susceptibles de una posible explotación turística, así como si tendrían la capacidad de ser motivo de atracción para turistas.

2. Investigación de campo

Se realizan visitas exploratorias al sitio con el fin de conocer el acceso al lugar, la facilidad para visitar el área y forma de internación al lugar, así como llevar a cabo una recopilación de datos con los sitios con más potencial.

3. Ficha de inventario

Es el registro detallado de los datos obtenidos en la visita al lugar tales como el medio de acceso al lugar, flora, fauna, señalamientos, índice de bienestar, acondicionamiento y servicios generales, entre otros.

Para la realización del inventario de los recursos se utilizó una ficha de inventario turístico la cual fue llenada con los datos recolectados en la visita al lugar.

Tabla 1. Ficha de Inventario de Recursos Naturales Turísticos de Moroncarit.

| CATEGORÍA | SUBCATEGORÍA | TIPO | SUBTIPO |
|---|--------------|----------------|---------|
| Recurso Natural | Bahía | Fitogeográfico | Manglar |
| NOMBRE: “Estero de Moroncarit” | | | |
| UBICACIÓN GEOGRÁFICA: 26°44'0'' Norte, 109°38'0'' Oeste. | | | |
| INTEGRACIÓN TERRITORIAL: Estero de Moroncarit, Moroncarit, Huatabampo, Sonora, México. | | | |
| ACCESO: Para acceder a Moroncarit tomamos la Carretera Huatabampo-Huatabampito por 9km hasta llegar a nuestro destino Moroncarit después tomamos una brecha y recorrimos 2km hacia dentro hasta topar con el Estero. | | | |
| RÉGIMEN DE PROPIEDAD: Este recurso natural es de propiedad Federal. | | | |
| EXTENSIÓN: Este Estero mide desde su entrada 9,066.26 metros hasta llegar a la bahía. | | | |
| RECURSO VISUAL: El Estero de Moroncarit cuenta con un tipo de suelo arenoso plano y con miles de dunas alrededor que le dan un toque especial gracias a su atractivo natural, también cuenta con una amplia gama de plantas y animales que hacen de este lugar un lugar único y atractivo para los turistas. | | | |
| CLIMA: Seco, de tipo Desértico, con un grado de humedad menor de 22.9, con una condición de Temperatura Cálida, con temperaturas medias anuales 22°C y del mes más frío 18°C, con un régimen de lluvias de verano. Los meses más calurosos son julio, agosto y septiembre y los más fríos son los meses de diciembre, enero y febrero. | | | |
| INDICE DE BIENESTAR: Este pueblo es muy cálido y amable, nos trataron muy bien nos hicieron sentir muy cómodas toda la comunidad nos atendió y las personas con las que tuvimos el placer de convivir fueron muy amistosas y nos atendieron muy bien. | | | |
| <p>FLORA: En el Estero Predomina el Mangle Rojo (<i>Rhizophora mangle</i>), Mangle Negro (<i>Avicennia germinans</i>) y Mangle Blanco (<i>Laguncularia racemosa</i>).</p> <p>El segundo tipo importante de vegetación que se encontró limitando con las poblaciones de mangle, con dirección a tierra adentro, y que presenta una mayor densidad y abundancia vegetal, es la vegetación de tipo matorral, en donde se presenta una asociación de mezquita (<i>Prosopis glandulosa</i>) y sangregado de leche (<i>Jatropha cuneata</i>).</p> <p>En él se encuentra una gran biodiversidad de flora y fauna, aproximadamente 287 especies de las cuales, 42% son invertebrados marinos, 7% son peces, 23% aves, 1.4% algas, 31% plantas superiores y menos del 1% corresponden a mamíferos.</p> | | | |

El tercer tipo de vegetación cuya importancia relativa es el criterio de presencia vegetal y no de cantidad de superficie, es el que corresponde al tipo de vegetación de dunas costeras, en donde se presenta una asociación de las especies de dedito (*Salicornia pacifica*), *Sesuvium* sp *Atriplex canescens*, conocida como costilla de vaca.

Finalmente la mayor superficie de suelo con la menor cobertura vegetal corresponde a matorral crasicauale, caracterizado en esta zona por la presencia de especies de nopal (*Opuntia* sp), echo (*Pachycereus pecten-aboriginum*), choya (*Opuntia fulgida*) y biznaga (*Ferocactus Herrerae*).

En lo que corresponde a terrenos sin vegetación se tiene en ocasiones la presencia dispersa de chamizo (*Atriplex* spp), vegetaciones de zonas áridas y saladas.

FAUNA:

Algunos tipos de aves que se pueden observar son: el chorlito nevado, el rascón picudo o la garza roja así como también garzas de distintos colores, cormoranes o patos buzos, también hay miles de patos, gansos y águilas cazadoras.

Debido a las características particulares que presentan estos sistemas de humedal, albergan gran cantidad de fauna que van desde artrópodos (insectos, arácnidos y crustáceos), anfibios (ranas y sapos), reptiles (víboras, saurios, tortugas), peces (marinos y dulceacuícolas), aves (terrestres y migratorias), pequeños y grandes mamíferos, desde ratones, mapaches. Así mismo, existen registros que se han acercado ballenas en la playa.

1. Mamíferos: Tuza, Conejos, Liebre.
2. Reptiles: Lagartija, Culebra.
3. Aves: Gaviota, Garzón cenizo o garza morena, Pelicano café, Pelicano blanco, Pato buzo.
4. Crustáceos: Cangrejo, Camarón azul, Camarón blanco, Jaiba
5. Moluscos: Medusas.
6. Pez: Lisa, lobina de agua dulce.

PARAJES: Hay 2 tipos de recorridos:

1. Migrantes del norte: es un recorrido guiado en lancha, catamarán o kayak donde podrás visitar las bellezas que se encuentran en el estero abriéndose paso por el mangle rojo donde se refugian miles de aves diferentes.
2. Luz de mar: este es otro servicio que se puede contratar, con los guías de Moroncarit es un paseo en lancha donde visitarás un campo pesquero en santa bárbara, un recorrido el estero, después una caminata hacia las dunas frente al río mayo, una fogata y cena bajo las estrellas con la opción de acampar o regresarte a la luz de la luna por el mar.

MIRADORES: Cuenta con un mirador artificial en el cual se pueden observar todos los atractivos del sitio como lo son las aves, los animales típicos del sitio, y los diferentes manglares.

| |
|---|
| <p>INTERNACIÓN: Para acceder al estero de Moroncarit, primero bajamos por la carretera y encontramos un camino de terracería para poder llegar al estero para así poder acceder a la zona de lanchas.</p> |
| <p>CONTAMINACIÓN Y BASURA: Este lugar casi no está contaminado ya que casi no tiene afluencia de visitantes, porque hasta hoy sus visitantes son más que nada por temporadas.</p> |
| <p>FACILIDAD PARA VISITAR EL ÁREA: Para poder visitar el estero no necesitas pagar ninguna cuota en especial, pero si quieres que los encargados te den el recorrido que brinda el sitio, pagarás de acuerdo los puntos que quieras visitar por grupo de 20 personas una cantidad de \$1,500.</p> |
| <p>SEÑALAMIENTOS: Cuenta con dos señalamientos, uno es informativo el cual nos indica la zonificación turística, las actividades, los recursos naturales que posee como flora y fauna exótica. El segundo señalamiento es preventivo ya que nos indica lo que no podemos hacer como por ejemplo: Prender fuego en áreas no autorizadas, cazar animales sin permiso, así como no molestarlos , no tirar basura, aceites o cualquier cosa extraña.</p> |
| <p>ACONDICIONAMIENTO: No cuenta con instalaciones sofisticadas ni en la comunidad ni en el estero ya que son áreas naturales con poca infraestructura ya que no se visita todo el año solo por temporadas. Lo único con lo que cuenta en el estero es con renta de equipos, servicios de guías y paseos, para poder adquirir agua potable se tiene que trasladar a la comunidad.</p> |
| <p>MANIFESTACIONES CULTURALES: Fiesta de la Santa Cruz esta se realiza el 2 de mayo en ella se realizan muchas actividades tradicionales como lo son las danzas de pascola y venado, y se observa la gastronomía. En la gastronomía de este lugar lo que más destaca son los mariscos. Otra tradición es la de sus bordados suelen hacer servilletas de semanarios.</p> |
| <p>MONUMENTOS HISTÓRICO-CULTURALES: La comunidad solo cuenta con la Iglesia de San Isidro, tiene muy poca infraestructura de monumentos históricos.</p> |
| <p>AFLUENCIA: Las temporadas con mayor afluencia son en semana Santa.</p> |
| <p>ACTIVIDADES: Recorridos en lancha por la zona de mangle, Paseos en kayak por el estero, Caminata hacia las dunas, Safari fotográfico, Camping, Observación de aves migratorias.</p> |

Fuente: Elaboración propia

Resultados

Los datos obtenidos en la realización del diagnóstico turístico del Estero de Moroncarit fueron plasmados en la ficha de inventario, contiene la información del lugar y muestra las características naturales del sitio, la cual se anexa como tabla 1

Esta zona tiene un gran Potencial Turístico gracias a su gran atractivo visual y a la gran variedad especies de aves migratorias que acuden a ella cada año. La zona cuenta con manglares que atraen gran variedad de aves migratorias hacia ella, también cuenta con una gran variedad de fauna como tuzas, conejos, liebres, ratones, mapaches, lagartijas, culebras, gaviotas, garzones cenizos o garzas morenas, garzas de distintos colores, pelicanos cafés, pelicanos blancos, patos buzos, gansos, águilas cazadoras, cangrejos, camarones azules, camarones blancos, jaibas, medusas, lisas, lobinas de agua dulce, entre otras especies. Además cuenta con abundante flora como lo es mangle rojo que predomina en el área, aunque también hay mangle negro y mangle blanco.

Todos estos atractivos naturales hacen posible que el lugar sea propicio para el desarrollo de un proyecto turístico en el cual se puedan realizar actividades tales como recorridos en lancha por la zona de mangle, paseos en kayak por el Estero, caminata hacia las dunas, safari fotográfico, camping y observación de aves migratorias, observación de flora y fauna

En general el Estero de Moroncarit es el que se puede apreciar la naturaleza en todo su esplendor y así conocer el rincón perfecto de las aves

migratorias así como también conocer la flora y la fauna típica de esta región y degustar un rico platillo hecho a base de mariscos.

Conclusiones y recomendaciones

A nivel general el estero de Moroncarit es un lugar que siempre ha sido de gran interés en la región debido a que posee gran belleza y riqueza natural.

Con la realización del diagnóstico turístico y la aplicación de la ficha de inventario de los recursos naturales y culturales que posee se pudo confirmar que el lugar se podrían realizar actividades de ecoturismo y turismo de aventura lo cual indica que el lugar sea propicio para la inversión en un proyecto turístico.

Es necesario realizar un análisis de mercado para el lugar ya que actualmente el lugar sería propicio para visitarse solo en la temporada de octubre a marzo debido a que son las fechas en las cuales las temperaturas son más amenas para la realización de actividades al aire libre, además de ser las fechas en las que llegan las aves migratorias al lugar que sería uno de los atractivos del sitio.

Sería también recomendable establecer un programa de cuidado ambiental en el lugar que proteja tanto a la flora como a la fauna del sitio, así como fomentar en los habitantes de la comunidad la valoración de los recursos con los que cuentan.

Referencias

- Alberto Domingo Ajenjo, (2000). Dirección y gestión de proyectos: un enfoque práctico. Ra-Ma. Madrid.
- Comisión Nacional para el Desarrollo de los pueblos Indígenas, (2013). Recuperado de: <http://www.cdi.gob.mx>
- Hernández Trejo, (2011). El Diagnostico Turístico.
- SECTUR, (2004). Como desarrollar un proyecto de Ecoturismo, México, D.F.
- SEMARNAT, (2010). Importancia económica del turismo.
- Sergio Molina E., (1991). Planificación Integral del Turismo, un enfoque para Latinoamérica, trillas.
- Editorial Explorando México, (2013). Recuperado de: <http://www.explorandomexico.com.mx>
- De la Torre O, (1997). El turismo fenómeno social. 2da.ed.fondo de cultura económica, México, 1997.
- SEMARNAT, (2010). Importancia económica del turismo.

Estudio de mercado para la comercialización de salsas

Julia Rocío Hurtado Figueroa, rocio_rous@hotmail.com; Alberto Galván Corral & Cecilia Aurora Murillo Félix.

Resumen

El objetivo del presente artículo es determinar la factibilidad comercial de un proyecto de inversión de industrialización de salsas picantes a través de un estudio de mercado. El sujeto de estudio fue la población de los Municipios de Álamos, Navojoa y Huatabampo, se diseñó un instrumento, con dos secciones preferencias de consumo y datos personales. Se aplicaron un total de 221 encuestas. Entre los principales resultados destaca que la preferencia de consumo de marcas de salsas procesadas indica que actualmente la salsa más consumida es la huichol. Se concluye que existe factibilidad comercial para el proyecto de inversión de industrialización de salsas picantes. Se recomienda continuar con el resto de estudios que requiere el proyecto de inversión.

Antecedentes

La situación económica de México en años pasados no ha sido favorable para la economía del país y en particular en la actividad empresarial, debido a la falta de políticas de regulación y a fluctuaciones externas e internas a México, en los últimos años se han notado decrementos en los principales indicadores que miden la capacidad productiva de las empresas y por ende la del país.

Según Ramírez (2010), a finales del año 2008, la economía mexicana empezó a sentir los efectos de las fluctuaciones causadas por la crisis en la economía de Estados Unidos, que se expandió a la mayoría de los países y que ante la falta de regulación se extendió rápidamente. La recesión de la economía norteamericana influyó en la de México, provocando también la misma situación recesiva, que se puede observar en el comportamiento del Producto Interno Bruto (PIB) de acuerdo a la información de Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en el último trimestre del 2007 se notó el decremento pero a

partir del 2008, se observó un deterioro considerable en la actividad económica de México, en este periodo se registra el primer dato trimestral negativo del PIB, con -1.1%. A partir de este momento, todo 2009, las cifras anualizadas del PIB, fueron negativas; desde estos años la economía mexicana ha seguido deteriorándose y no ha podido recuperarse en su totalidad por lo que a partir del 2010 se ha notado desestabilidad por los aumento y disminuciones en este indicador económico.

Por tal motivo el gobierno mexicano busca estabilizar la situación económica del país modificando políticas, incluyendo programas de apoyo al sector empresarial que impulsen el crecimiento y recuperación de México, entre otras estrategias para lograr así regularizar y estabilizar la situación actual del país. Sonora es uno de los estados que está impulsando la generación de empleos y crecimiento de la economía a través del establecimiento de nuevas empresas y fortalecimiento de las ya existentes, es también uno de los lugares del país donde se encuentran empresas importadoras y exportadoras de productos y servicios, aprovechando la cercanía geográfica con Estados Unidos.

Álamos es un municipio del estado de Sonora donde las actividades principales de donde se sustenta son la ganadería, agricultura, minería y el turismo, sin descartar la actividad comercial que en los últimos años ha tenido auge en este municipio y ha ido en aumento, llamando la atención de las empresas y cadenas comerciales, financieras, departamentales, entre otros. Como son Elektra, Canal 1, financiera te creemos, Oxxo, y algunas otras empresas que están en el proceso de instalar su compañías en este municipio, así

también a las mismos habitantes de este lugar les llama la atención emprender un negocio que sea factible con las preferencias de los habitantes y visitantes de Álamos. Tal es la idea de negocio de las salsas típicas de chiltepín, habanero, jalapeño y chile de árbol que se venden y se producen en Álamos Sonora.

Planteamiento del problema

Álamos, Sonora es un municipio pequeño con crecimiento en la actividad económica donde predomina la actividad primaria y últimamente otros sectores, como comercio y servicio presentan un crecimiento; un problema que se presenta actualmente es el desempleo, y aun que hay nuevas empresas que se están instalando en el municipio, estas no alcanzan a resolver el problema.

Las empresas que quieren instalarse y comercializar sus productos o servicios tienen que cumplir con un marco legal, además es necesario determinar si hay demanda de sus productos. La idea de establecer una fábrica de salsas surge de observar los productos que consumen los habitantes de la región del mayo.

El chiltepín es una especie de chile que se da a los alrededores de Álamos, en los montes, por cultivo casero o de reforestación; por su sabor es inigualable pero el abastecimiento de él es muy minucioso e insuficiente, motivo por el cual se ha hecho escaso y por consecuente caro y su precio varía según la temporada, el chile habanero es una especie de chile de distintas clases los hay de diferentes tamaños y colores, algunos son picantes y algunos otros no, el chile jalapeño al igual que el habanero es otra clase de chile algunos picantes y otros no, y por

último el chile de árbol es un tipo de chile menos picante que los antes mencionados que a pesar de eso su sabor es muy sabroso. La problemática con los cuatro tipos de chiles antes mencionados, es el abastecimiento de ellos, el encontrar los proveedores que ofrezcan el mejor producto con la mejor calidad, a un buen precio, la distancia adecuada y por último que todos ellos sean del agrado según las preferencias del consumidor a quien va dirigido este producto. De todo esto surge la interrogante: ¿Existe factibilidad comercial para un proyecto de inversión de industrialización de salsas en Álamos, Sonora con distribución de sus productos en Álamos, Navojoa y Huatabampo?

Objetivo

Determinar la factibilidad comercial de un proyecto de inversión de industrialización de salsas picantes a través de un estudio de mercado.

Justificación

El motivo de este estudio de mercado es para demostrar la factibilidad comercial de producir salsas picantes de chiltepín, habanero, jalapeño y chile de árbol para su comercialización, convirtiéndola en una empresa del estado de Sonora que genere empleo, y contribuir a la economía del país.

El estudio de mercado a su vez también sirve de referencia para todas aquellas personas que requieren una guía a seguir para establecer una empresa o simplemente como información de interés general.

De no llevar a cabo el estudio de mercado no se sabría si el producto que se quiere comercializar es factible y del agrado de las preferencias del consumidor, asumiendo mayores riesgos, por lo que sería aventurarse a instalar el negocio o hacer una planeación financiera sin saber ciertos puntos que son esenciales para que las empresas subsistan y obtener el éxito empresarial esperado.

Marco teórico

En base a Obando (2000) la demanda son las distintas cantidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a ofrecer y llevar al mercado a distintos precios manteniéndose los demás determinantes invariables.

Para Obando (2000) la ley de la demanda establece la existencia de una relación inversamente proporcional entre precio y cantidad en la mente del comprador. La demanda es la cantidad de bienes y servicios que las personas están dispuestos a comprar o consumir a un determinado precio según las necesidades de cada individuo.

Según Obando (2000) se entiende por ley de la demanda al obstáculo que existe entre el precio y el consumo de los bienes ya que la máxima disposición a pagar por un bien o servicio no siempre está al alcance del comprador (demandante), y de ser así el demandante busca otras ofertas de bienes sustitutos que satisfacen sus necesidades al precio que más le agrada, por tal motivo la utilidad marginal en vez de aumentar va en disminución, por lo que el costo de producir una unidad adicional mas es más elevado; de allí surge la

necesidad de los estudios de mercado, para determinar los productos que el comprador quiere adquirir y a qué precio.

Según Ávila y Lugo (2004), el mercado es el lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos y servicios donde oferentes y demandantes se ponen en contacto e interactúan entre sí para satisfacer sus necesidades de intercambio.

Ávila y Lugo (2004) dicen que las preferencias del consumidor es un factor determinante de la demanda efectiva; se refiere a la diferencia de los elementos (bienes o servicios) que al consumidor le hace elegir determinados bienes y servicios según su necesidad. En las preferencias del consumidor influyen dos puntos muy importantes, primeramente la cantidad de dinero (ingreso) que dispone el consumidor para determinado deseo de consumo y segundo los precios de los bienes entre los cuales ha de optar.

Para Ávila y Lugo (2004), los elementos que influyen en el consumidor para elegir determinados bienes y servicios son: necesidades, gustos, preferencias, caprichos, moda, sexo, ingresos, publicidad, precios, estatus social, entre otros.

Ávila y Lugo (2004) también afirman que los bienes se demandan por que los consumidores necesitan satisfacer sus necesidades y los productores identifican esa oportunidad para obtener un beneficio económico a cambio del bien o servicio, de igual manera se determina un precio por que son escasos. Es decir, así como la demanda depende de las necesidades de los consumidores, la oferta depende de la escasez dado que cantidad ofrecida de un bien varía en relación directa al precio.

Para Ávila y Lugo (2004), todos los productores están dispuestos a producir un bien en función de los factores productivos que disponen, tierra, trabajo y capital. Sin embargo como estos son limitados la oferta es relativamente poca en relación a la demanda del bien o servicio.

Mendoza, Rodríguez y Vázquez (2012), establece que la mezcla de mercadotecnia es el conjunto de técnicas o herramientas tácticas del marketing las cuales son para crear estrategias que ayudan a intervenir efectivamente en la demanda, para provocar un efecto positivo en el mercado meta y de esta manera hacer llegar un producto o servicio al mercado a un determinado precio para lograr satisfacer las necesidades de los demandantes; estas estrategias se dividen en cuatro y son: producto, precio, plaza y promoción.

Método

El sujeto de estudio fue la población de los Municipios de Álamos, Navojoa y Huatabampo, se diseñó un instrumento o cuestionario, dividido en dos secciones preferencias de consumo y datos personales, con 19 preguntas de las cuales la mayoría son de opciones múltiples y la otra parte abiertas. El instrumento se aplicó al público general, seleccionados al azar en la ciudad de Álamos, Navojoa y Huatabampo.

Las principales características a identificar con el instrumento son: Edad, genero, tamaño de la familia, ingreso familiar y grado de escolaridad, consume chile o picante, tipo de chile que consume, en qué presentación prefiere consumirlo, marca de salsas procesadas (que actualmente consume), que le

parece mejor de la salsa que actualmente consume, estaría dispuesto a comprar otro tipo de salsa, razón de por qué no (si es el caso), lugar de compra, frecuencia de compra, cantidad de consumo mensual, horario (comida) en que generalmente consume, precio máximo por una salsa de chiltepín de 250 ml., precio máximo por una salsa de habanero o jalapeño de 250 ml., precio máximo por una salsa de chile de árbol de 250 ml.

Para la muestra se utilizó la técnica de muestreo aleatorio simple, pues es la forma más común de obtener una muestra es la selección al azar. Para la determinación de la muestra se usó la fórmula de muestras para proporciones, referida en Mason y Lind (1998).

$$n = p(1-p) \left(\frac{z}{E} \right)^2$$

Se empleó un nivel de confianza del 90%. Para maximizar el tamaño de la muestra se tomó como proporción poblacional el valor de 0.5 y un error máximo de 5.5%. Lo que arrojó un tamaño de muestra de 224. Para este cálculo se tomaron como referencia el número de familias de los municipios de Álamos, Navojoa y Huatabampo, reportados por el censo de población 2010 de INEGI. En base a dicho reporte, se encontró que Navojoa contaba con un total de 39,711 habitantes el cual corresponde al 60% de la muestra por lo que se dio un total de 135 encuestas, Huatabampo tenía un total de 19,638 habitantes que corresponde al 30% de la muestra por lo que dio un total de 67 encuestas y por último Álamos contaba con un total de 6,628 habitantes, el cual corresponde al 10% de la muestra por lo que lanzó un total de 27 encuestas, sumados dan el tamaño de la muestra.

Se formularon modelos de análisis de la varianza (ANOVA) para la identificar si alguna de las características o preferencias tienen un papel más significativo que el resto entre los consumidores de salsas. Se corrieron modelos, utilizando como variable dependiente la cantidad consumida de salsas y como variables independientes: 1) sexo, 2) número de miembros de la familia, 3) estado civil, 4) escolaridad, 5) edad, 6) ingreso mensual. Para el análisis se empleó el programa Econometric Views 5.0, el cual facilita este análisis (Carrascal, González y Rodríguez, 2001).

Resultados y discusiones

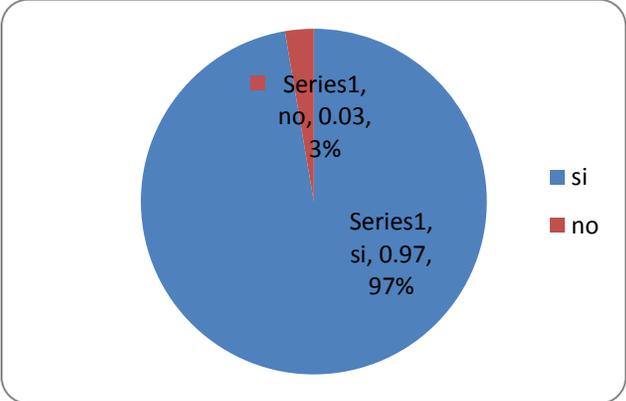
Los resultados se muestran en gráficos y tablas de modelos ANOVA, de esta manera explicaremos los hallazgos encontrados.

Con relación a las características los encuestados el 63% de fueron mujeres y la otra parte hombres, dichas personas en su mayoría el 29% pertenecen a familias de 4 integrantes, este como más destacado, el estado civil de las personas encuestadas en su mayoría fueron solteros siendo un 53% en esta opción, como resultado también se obtuvo que el nivel de escolaridad más alto fue en estudios superiores ocupando un 53% esta opción.

Para tener una idea más acertada del comportamiento de las preferencias del consumidor acerca del consumo de salsas, se aplicaron una serie de preguntas de las cuales se obtuvieron los siguientes gráficas:

Este gráfico muestra las personas y familias que consumen chiles o picantes, lo cual significa que la mayoría lo consume.

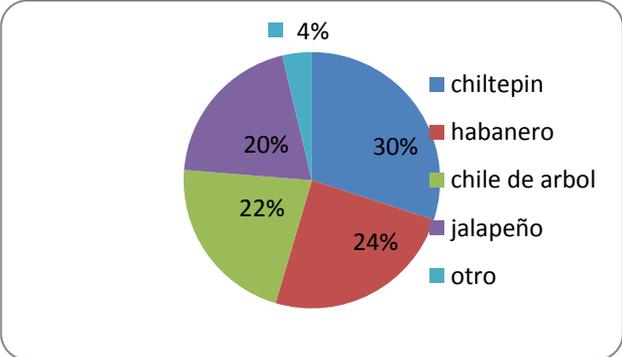
Gráfica 1. Personas que consumen chile o picante



Fuente: Elaboración propia.

Este gráfico indica el tipo de chile que las familias consumen según sus gustos y preferencias, quedando con mayor preferencia el chiltepin con un 30%, siguiéndole el habanero con un 24%, el chile de árbol con 22%, el jalapeño con un 20% y el consumo de otros chiles que corresponde a chiles serranos, caribes y chile verde con un 4%.

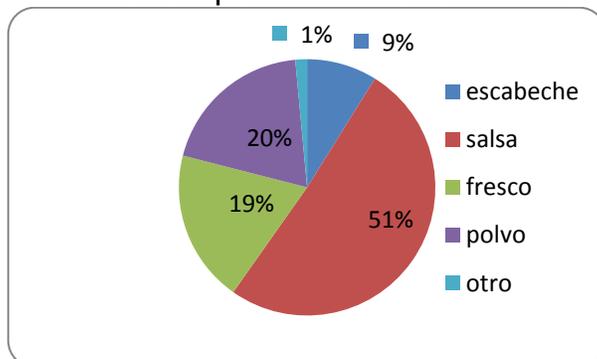
Gráfica 2. Chiles de preferencia



Fuente: Elaboración propia.

Como se puede notar en la gráfica el 51% la gran mayoría de las personas encuestadas prefieren consumir el chile en salsas.

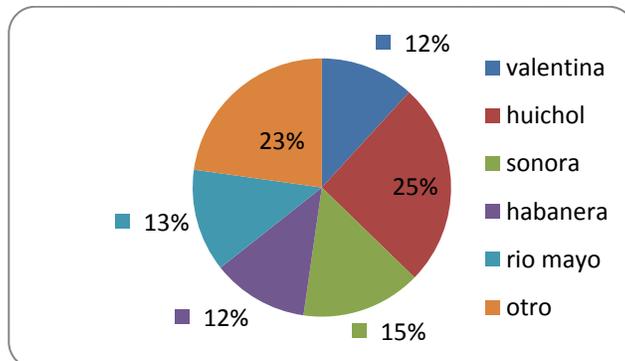
Gráfica 3. Preferencia en la presentación al consumir chile o picante.



Fuente: Elaboración propia.

La preferencia de consumo de marcas de salsas procesadas indica que actualmente la salsa más consumida es la salsa huichol.

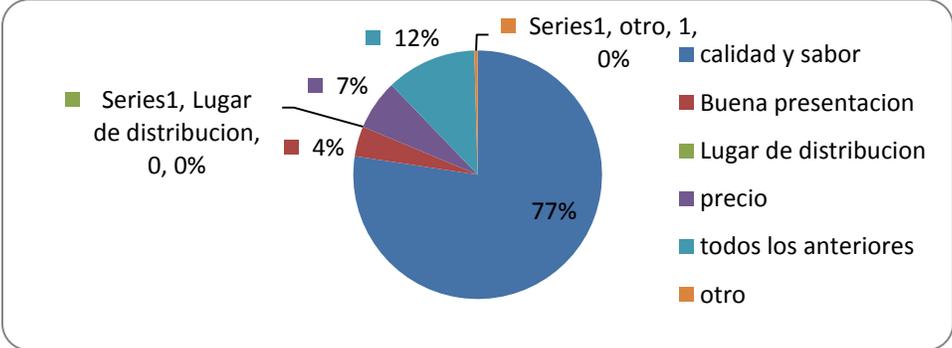
Gráfica 4. Salsas comerciales de consumo



Fuente: Elaboración propia.

Este gráfico indica que las personas prefieren la calidad y el sabor, el precio, presentación y todas las opciones mencionadas, parece no afectar al elegir que salsa consumir mientras ésta tenga calidad y un buen sabor.

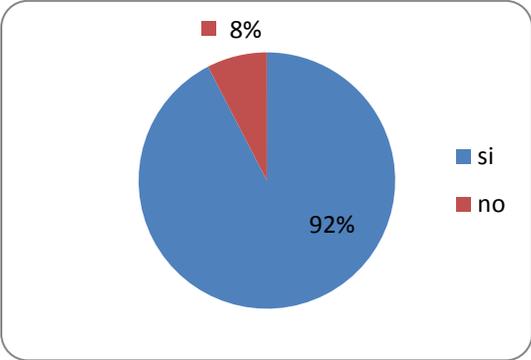
Gráfica 5. Características para la selección de salsas



Fuente: Elaboración propia.

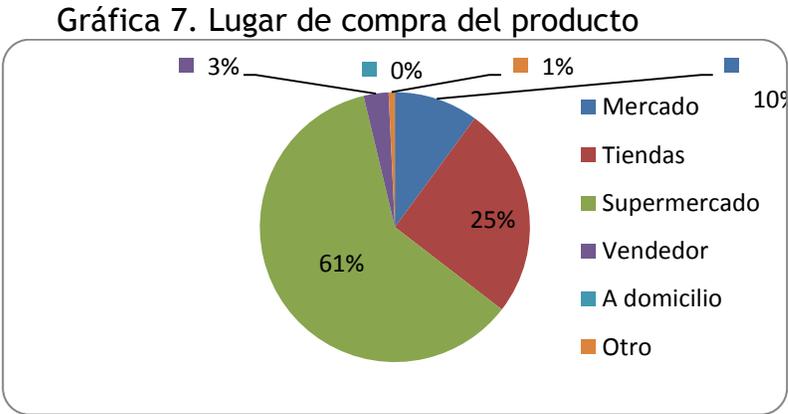
El 92% de la muestra la mayoría está dispuesto a comprar otra marca de salsas picantes, mientras que el 8% no estaría dispuesto a comprar otra por diferentes motivos.

Gráfica 6. Posibles consumidores que estarían dispuestos a comprar otra marca.



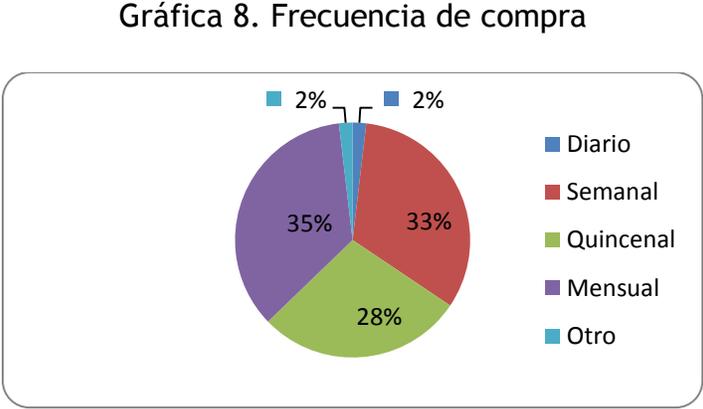
Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar generalmente la mayoría de los consumidores de salsas compra sus salsas en supermercados con mayor regularidad.



Fuente: Elaboración propia.

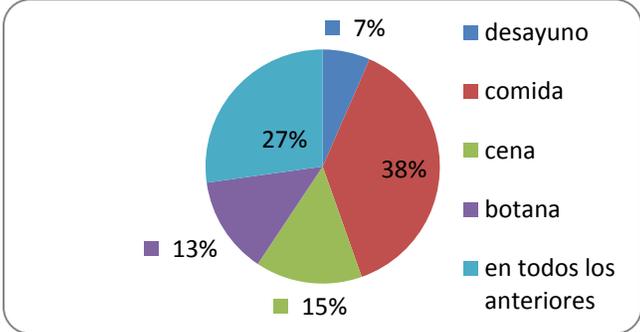
El gráfico indica que la mayoría de las personas compra salsas mensualmente.



Fuente: Elaboración propia.

Según la información dada por los encuestados, el 38% consume salsas picantes en la comida y el 27% lo consume en todos los anteriores, la otra parte queda distribuido en el desayuno cena y botana.

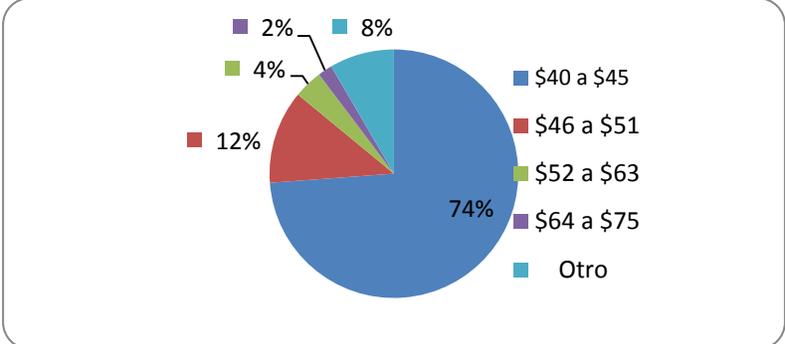
Gráfica 9. Preferencia de uso de consumo



Fuente: Elaboración propia.

Como la gráfica lo indica la gran mayoría de los consumidores de salsas estarían dispuestos a pagar entre \$40 a \$45 pesos por una salsa de chiltepín de 250 ml.

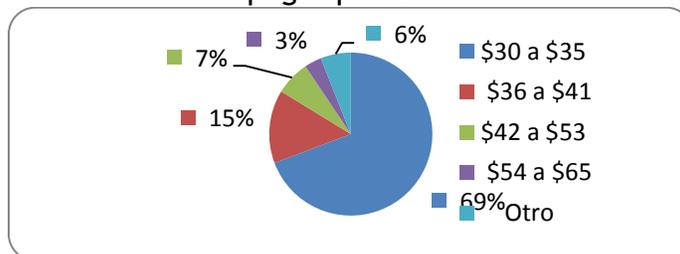
Gráfica 10. Precio máximo a pagar por una salsa de chiltepín.



Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la gráfica el 69% estaría dispuesto a pagar entre \$30 a \$35 pesos por una salsa de chile habanero o jalapeño.

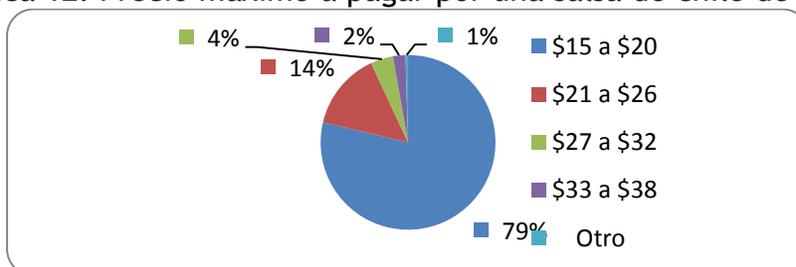
Gráfica 11. Precio máximo a pagar por una salsa de habanero o jalapeño



Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar el 79% que es la mayoría estaría dispuesto a pagar de \$15 a \$20 pesos por una salsa de chile de árbol.

Gráfica 12. Precio máximo a pagar por una salsa de chile de árbol.



Fuente: Elaboración propia.

A continuación se presentan los modelos formulados que apoyan la caracterización de los consumidores de salsas.

Tabla 1. Variable cantidad consumida versus sexo

| Variable dependiente: CANTIDAD | | | | |
|--------------------------------|-------------|------------|-------------|--------|
| Variable | Coeficiente | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| Masculino | 0.481250 | 0.029773 | 16.16392 | 0.0000 |
| Femenino | 0.013431 | 0.037274 | 0.360324 | 0.7190 |

Fuente: Elaboración propia.

Este modelo señala que independientemente del sexo del encuestado la cantidad consumida es de 481 ml. o 0.48 litros de salsa al mes.

Tabla 2. Variable cantidad consumida versus tamaño de la familia

| Variable dependiente: CANTIDAD | | | | |
|--------------------------------|-------------|------------|-------------|--------|
| Variable | Coeficiente | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| C | 0.373690 | 0.048344 | 7.729840 | 0.0000 |
| Tamaño de la familia | 0.028172 | 0.010918 | 2.580310 | 0.0105 |

Fuente: Elaboración propia

Este modelo demuestra que el tamaño de la familia si influye en el consumo de salsas, ya que por un miembro adicional en la familia el consumo aumenta en 373 ml. o 0.37 litros mensual adicionales; por lo tanto el tamaño de la familia tiene influencia estadísticamente significativa con respecto a la cantidad consumida de salsas.

Tabla 3. Variable cantidad consumida versus estado civil

| Variable dependiente: CANTIDAD | | | | |
|--------------------------------|-------------|------------|-------------|--------|
| Variable | Coeficiente | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| Soltero | 0.487603 | 0.024244 | 20.11273 | 0.0000 |
| Casado | -0.001648 | 0.037240 | -0.044260 | 0.9647 |
| Viudo/divorciado | 0.057851 | 0.083982 | 0.688853 | 0.4916 |

Fuente: Elaboración propia.

Este modelo dice que independientemente del estado civil, el consumo de salsas se mantiene en 487 ml. al mes, el estado civil no es una variable que influya.

Tabla 4. Variable cantidad consumida versus escolaridad

| Variable dependiente: CANTIDAD | | | | |
|--------------------------------|-------------|------------|-------------|--------|
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| Primaria | 0.527778 | 0.089116 | 5.922350 | 0.0000 |
| Secundaria | -0.020425 | 0.100219 | -0.203801 | 0.8387 |
| Preparatoria | -0.039875 | 0.095365 | -0.418124 | 0.6763 |
| Universitario/posgrado | -0.045019 | 0.092509 | -0.486647 | 0.6270 |

Fuente: Elaboración propia

Este modelo dice que la escolaridad no tiene influencia estadísticamente significativa con respecto al consumo de salsa.

Tabla 5. Variable cantidad consumida versus edad

Variable dependiente: CANTIDAD

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|-----------------|-------------|------------|-------------|--------|
| De 25 a 35 años | 0.490506 | 0.030079 | 16.30739 | 0.0000 |
| De 36 a 45 | 0.009494 | 0.047469 | 0.199998 | 0.8417 |
| De 46 a 65 | -0.014155 | 0.043250 | -0.327280 | 0.7438 |
| Más de 65 | 0.026160 | 0.075297 | 0.347428 | 0.7286 |

Fuente: Elaboración propia.

Este modelo indica que la edad no tiene influencia estadísticamente significativa con respecto al consumo de salsa, por lo que independientemente del grado de escolaridad la cantidad consumida de salsa es de 490 ml. al mes.

Modelo 6. Variable cantidad consumida versus ingreso mensual

Variable dependiente: CANTIDAD

| Variable | Coefficiente | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|---------------------|--------------|------------|-------------|--------|
| Hasta 6500 | 0.479508 | 0.023984 | 19.99281 | 0.0000 |
| Entre 6501 a 13000 | 0.006341 | 0.043582 | 0.145494 | 0.8845 |
| Entre 13001 a 20000 | 0.059554 | 0.052615 | 1.131894 | 0.2589 |
| Más de 20000 | -0.037201 | 0.077289 | -0.481317 | 0.6308 |

Fuente: Elaboración propia.

Este modelo demuestra que el ingreso mensual es otra variable que no afecta la cantidad consumida de salsa, por lo que si las familias perciben un ingreso mínimo mensual o un ingreso alto el consumo es de 479 ml. al mes.

Conclusiones y recomendaciones

En base a los resultados obtenidos con la información recopilada y ya analizada se concluye que: Las salsas picantes son productos complementarios para los alimentos ya que para los consumidores es un ingrediente que sazona la comida y da un mejor sabor, la mayoría de las personas consumen salsas para acompañar sus comidas.

De igual manera las salsas picantes son consumidas por hombres y mujeres, solteros casados viudos o divorciados de cualquier grado de escolaridad, de ingresos mínimos o altos que estos tengan, dichas variables no influyen en el consumo de este producto, sin embargo el tamaño de la familia es una variable que tiene influencia con respecto al consumo, dado que por cada

miembro de la familia se consume 373 ml. o 0.37 litros mensual adicionales de salsa.

Con respecto al uso en el consumo de salsas la mayoría prefiere consumir salsa en la comida y otro porcentaje relevante con todas las comidas; es por eso que si se elabora un producto con buen sabor y de calidad la gran mayoría de los consumidores estarían dispuestos a comprar un producto nuevo aparte de las salsas que ya consume.

Se obtuvo que los precios máximo a pagar por las distintas salsas que se dieron como opción en la encuesta fueron, para la salsa de chiltepín de 250 ml. pagaría entre \$40 a \$45 pesos; por una salsa de chile habanero y de chile jalapeño de 250 ml. pagarían de \$30 a \$35 pesos y por último por una salsa de chile de árbol pagaría entre \$15 a \$20 pesos.

Los lugares en los que se prefiere comprar son en supermercados y tiendas, plazas o puntos de venta donde puede comenzar la comercialización.

Y por último se concluye que existe factibilidad comercial para el proyecto de inversión de industrialización de salsas picantes.

Estas son algunas de las características que se deben tomar como referencia para llevar a cabo el plan de negocios para hacer más fácil el proceso de la comercialización, ya conociendo los gustos y preferencias de los consumidores.

Algunas de las recomendaciones para este estudio de mercado son las siguientes:

A corto plazo buscar la distribución del producto sólo en los lugares ya mencionados de Álamos, Navojoa y Huatabampo y ya a un mediano o largo plazo buscar la expansión a otros lugares, ya que una gran parte de los consumidores de salsas que se fabrican en Álamos Sonora está conformada por turistas que vienen de lugares distintos a estas ciudades y municipios.

Ofrecer degustaciones en los establecimientos donde se venderán, eventos culturales, esto como modo de hacer conocer el producto a otras personas que no lo conocen.

Participar en ferias salseras para así ganar prestigio y conocer más de cerca la competencia.

Se recomienda no sólo producir salsas de chiltepín, habanero, jalapeño y chile de árbol sino seguir experimentando con otro tipo de chiles, otro punto es buscar otras formas de presentación como son chile en polvo, pastas, en escabeche, salsas caseras, entre otras presentaciones.

Las estrategias de distribución deben ir dirigidas principalmente a supermercados sin descuidar las tiendas o abarrotes, mercados y vendedores ambulantes.

Así también se recomienda buscar los proveedores de chiles que ofrezcan los mejores precios para así minimizar costos o de ser posible la empresa sembrar por si solo los chiles.

Y la recomendación con respecto al objetivo de este estudio de mercado es continuar con el resto de estudios que requiere el proyecto de inversión.

Referencias

- Ramírez, H. R. (2010), Crisis Financiera Mundial: Impacto en la Economía Mexicana. Enciclopedia y Biblioteca Virtual de las Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas. Texto Completo en <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2010/hrr.htm>
- Lugo., Ávila J. (2004). *Introducción a la economía*. México, D. F.: Plaza y Valdés, S. A. de C. V.
- Mendoza Juárez, Rodríguez y Vazquez: "*La mezcla de mercadotecnia*", en Contribuciones a la Economía, julio 2012,
- Mendoza Juárez, Yuridsy Rodríguez , Alma Vazquez. *La mezcla d mercadotecnia*. Enciclopedia y Biblioteca Virtual de las Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas. Texto completo en <http://www.eumed.net/ce/2012/jrv.html>
- Mason, R.D., Lind D. A. (1998) Estadística para administración y economía, Octava edición, Alfaomega, México.
- Carrascal, U., Gonzalez Y., Rodríguez B. (2001) Análisis econométrico con Eviews, primera edición, segunda reimpresión, Alfaomega, México.
- Obando, J. R. (2000). *Elementos de microeconomía*. Editorial Universidad Estatal a Distancia (EUNED).

Parte V

Mejora Organizacional

Fomento de Cultura Turística en Escuelas de Educación Primaria en Navojoa, Sonora

Marcela Guadalupe Barajas Franco, marcela_bf@hotmail.com & Lizette Marcela Moncayo Rodríguez

Resumen

El turismo, durante muchos años ha sido considerado como una actividad suntuosa, vana y exclusiva de unos cuantos privilegios, en la que la vaciedad en su etiqueta y el consumismo, su estigma. El presente trabajo describe la ejecución de un proyecto de estudiantes de nivel universitario de la carrera de Licenciado en Administración de Empresas Turísticas del Instituto Tecnológico de Sonora con la finalidad de promover los atractivos turísticos con los que cuenta el estado de Sonora, creando conciencia en los niños sobre la influencia positiva que el sector turístico puede traer a su entorno, implementando diferentes estrategias para captar el total interés del infante hacia los temas presentados.

Antecedentes.

En el Sur de Sonora, el segundo estado más grande de México, se encuentran hoy una suma de ecosistemas, el espíritu de muchas razas, el sentimiento de todas las épocas y las culturas mezcladas de toda la historia del noroeste que dio lugar a esa región enmarcada por la naturaleza y colonizada por sus riquezas minerales y posteriormente sus explotaciones agrícolas.

Puede notarse, que el estado de Sonora es uno de los más ricos de México, y al igual, que en la mayor parte del país, el Turismo, hasta hace pocas décadas, ha cobrado auge, esto por la falta de antecedentes culturales, que hubiesen propiciado el desarrollo de este sector en la entidad. Se entiende establecido, que los primeros turistas, aunque no adoptaban técnicamente esa denominación, fueron los misioneros e historiadores extranjeros que arribaron a México y en

especial al Estado de Sonora, quienes se admiraban de tanta riqueza natural y potencial que el entorno Sonorense brindaba a sus habitantes.

Aunque estos colonizadores, no pretendían en ningún momento, hacer de Sonora un sitio de visita esporádico, estos tuvieron mucho que ver con la aculturación económica del Estado. La innovación aportada de mayor influencia cultural entre los indígenas fue el número y variedad de los animales domésticos, (Almada, 2000). Con lo anterior se sustenta que el Estado de Sonora nació siendo agropecuario y no cuenta con grandes antecedentes de servicios turísticos o de recreación, sino hasta ya avanzado el siglo XIX. Esta nueva era trajo consigo nuevas expectativas para México, sobre todo para el Estado de Sonora, ya que con la consolidación del ferrocarril y la creación de puertos como Guaymas y Puerto Peñasco, así como la entrada de nuevos buques acelerando el comercio y la afluencia de a la entidad.

Por la cercanía de la frontera con los Estados Unidos y la apertura comercial, Sonora empezó a convertirse en un estado dinámico, por lo que tuvo que diversificar sus actividades económicas. Fue entonces cuando el estado empezó a explotar diversos recursos como playas, entre las que destacan las de San Carlos, Bahía de Kino, Puerto Peñasco y Golfo de Santa Clara, además de bosques naturales, y el pinacate como parque nacional. Lo anterior se fortaleció con su folclore, como danzas regionales como la del venado, y su artesanía a base de piezas talladas en palo fierro. Sin embargo por ello fue necesario constituir más de 4,817 km de carreteras pavimentadas y 1,1887 km de vías férreas, así como servicios adicionales de aeropuertos, aeródromos y

comunicación marítima por el puerto de altura de Guaymas y los puertos de Golfo de Santa Clara, Puerto Peñasco, Paraje Nuevo y Yavaros que son de cabotaje; y el servicio de transbordador de Guaymas a Santa Rosalía y a La Paz.

Planteamiento del Problema.

En los últimos años el turismo en el Estado de Sonora ha estado creciendo, recibiendo turistas nacionales e internacionales más sin embargo no todas las ciudades han percibido el turismo de la misma manera, tal es el caso de Navojoa, que es una ciudad rica en cultura pero la poca promoción y la falta de información con la que cuentan sus habitantes se ha convertido en un obstáculo para percibir el turismo como se debiera.

Por esta razón se busca fomentar la cultura turística, iniciando por los estudiantes de nivel primaria para que crezcan y promuevan su ciudad, ampliando sus conocimientos y apoyando el fortalecimiento del turismo.

Objetivo.

Brindar a los estudiantes información sobre la riqueza cultural con la que cuenta el Estado de Sonora, mediante pláticas creando en ellos la iniciativa de promover su ciudad al ampliar sus conocimientos sobre el turismo.

Justificación.

Mediante el fomento de información de cultura turística en escuelas primarias del de Navojoa, los primeros beneficiados serán los estudiantes que

ampliaran sus conocimientos sobre el turismo y nacerá en ellos el interés por conocer y disfrutar de los atractivos, costumbres, actividades e historia del Estado en donde viven, apoyando así el crecimiento del turismo en la ciudad, atrayendo turistas que aporten una derrama económica en su visita, generando empleos e inversiones entre los ciudadanos

Marco Teórico.

David Lagunas (2007), menciona que a medida que la inmersión en la actividad turística se acrecienta, el turista internaliza más y más la idea de que ya no se encuentra encarcelado en su precedente, sino que se ha transformado en una persona distinta con una nueva identidad, que está jugando en un nuevo escenario, y que está viviendo sujeto al ritmo de una nueva cultura turística.

Morales Moya (2003), menciona que la cultura es todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, la costumbre y cualquier otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad. Aquí la fase crucial es adquirida por el hombre como miembro de la sociedad.

La cultura turística en el marco del desarrollo turístico de México es relativamente reciente. Es en 1992 cuando se realizan los primeros análisis sobre la necesidad de incorporar nuevos elementos a los esfuerzos de concientización realizados por varias décadas. Es por eso que tiene su fundamento desde la perspectiva del desarrollo sustentable, concebido como la adecuada administración de los recursos naturales, materiales, financieros y humanos, de

manera que se logre la mayor satisfacción del visitante y el mayor beneficio para la comunidad receptora. Almada Bay (2003).

Cultura Turística incorpora las dimensiones sociales, culturales, ambientales y económicas del turismo, orientándose hacia los beneficios comunitarios, pretendiendo resaltar la participación de las comunidades según sus propias características locales.

Según la SECTUR, cultura turística es definida por ciertos elementos principales:

Conocimientos - referidos a las experiencias asimiladas que constituyen la preparación de quienes participan en el turismo (comunidad receptora o anfitriones) para brindar servicios con calidad, y éstos pueden ser: históricos y geográficos, sobre los recursos, factores y repercusiones del turismo, sobre las características de la nación, región o localidad en la cual se vive, técnicas y métodos de administración y operación de los servicios turísticos; Valores - aquellos elementos emotivos compartidos, basados en ciertos principios éticos y que motivarán a brindar servicios con calidez.

El turismo, durante muchos años, ha sido considerado como una actividad suntuosa, vana y exclusiva de unos cuantos privilegiados, en la que la vaciedad es su etiqueta y el consumismo. El turismo, no son fulgores exóticos, si no conocimiento humano en la igualdad. (Zamorano, 2004).

La Dirección General de Desarrollo de Productos Turísticos muestra diferentes segmentos turísticos como son: Turismo Alternativo, Cultural y de

Salud, Deportivo y Náutico, de Negocios, Turismo para Todos y otros Segmentos Especializados.

Método

El proyecto de brigadas juveniles de cultura turística por parte del Gobierno del Estado de Sonora se realizó en diferentes primarias de Navjoa Sonora, en el período de Agosto - Diciembre del año 2012. Se realizaron cuatro fases, las cuales se presentan a continuación:

Fase 1: Registro

- Alta seguro facultativo
- Registro del proyecto
- Convenio de trabajo entre la institución y la comisión de fomento al turismo.

Primero se dio de alta el seguro facultativo para poder iniciar con el proyecto y llevar a cabo el papel de brigadistas, una vez contando con seguro vigente se llenaron algunos formatos como es el registro de proyecto, misma que constaba de recabar las firmas del responsable del proyecto, el asesor del programa educativo y alumno; Por último se entregaron los convenios específicos de autorización firmados por la institución y la comisión de fomento al turismo.

Fase 2: Capacitación

Se recibió capacitación por tres días, de cinco horas diarias impartidas por parte del gobierno del estado de Sonora a través del coordinador general de la comisión del fomento al turismo del estado de sonora el C.P. Sergio Martínez

Gálvez. Primer día se vieron conceptos básicos de turismo, beneficios de la actividad turística en el estado, la importancia de adquirir una cultura turística, afluencia del turismo y su derrama económica en Sonora.

Segundo día se presentó el perfil de un brigadista, se formaron equipos en binas donde se trabajó sobre el material a presentar en las escuelas, determinado los temas y dinámicas a exponer.

Tercer día se expuso el material al C.P. Sergio Martínez Gálvez con el objetivo de encontrar los puntos débiles y fortalecerlos mediante sus opiniones.

Fase 3: Desarrollo

Se visitaron diferentes escuelas primarias en Navjoa Sonora, con el objetivo de dar a conocer el proyecto a los directores a cargo de estas instituciones, solicitándoles el permiso para su ejecución a través un convenio de trabajo entre la comisión de fomento al turismo y la institución. Ya establecidas las fechas por los directores de las primarias Colegio Eusebio Kino, Escuela General Álvaro Obregón II, Centro Escolar Talamante, Club 20 30 y Colegio Bosco, se inició el proyecto de brigadas juveniles.

Las pláticas fueron impartidas en turnos matutino y vespertino, en las distintas escuelas que facilitaron el acceso, implementando diferentes pláticas durante 35 minutos y una dinámica de aprendizaje de 15 minutos, dando un total de 50 min por grupo. Al finalizar, el maestro y el director firmaron y sellaron las listas de sus alumnos para evidenciar la ejecución del proyecto.

Fase 4: Encuestas

Con el fin de conocer unas de las principales causas por la cuales la cultura turística ha recibido poco apoyo, por parte de las instituciones educativas y por la sociedad, se aplicaron un total de 50 encuestas a maestros y directivos de las escuelas visitadas al finalizar las pláticas impartidas.

Uno de los temas que se presentaron fue “Álamos, Pueblo Mágico”, hablando un poco de su historia. Esta ciudad colonial tuvo su esplendor gracias a la minería y por su importancia fue nombrada capital del estado de occidente en 1827. Se le considera la ciudad más colonial por la pureza de su arquitectura; también se le ha nombrado "La ciudad de los portales", su gastronomía típica donde se puede mencionar cortes de res al estilo norteamericano, machaca, el picadillo, tamales de elote, el cocido, tortillas de harina, menudo, empanadas de guayaba, cajeta de leche, champurrado y la tradicional bacanora; actividades y fiestas como son, observación de aves, pesca, paseos en bicicleta o a caballo, paseos en lancha en la presa Adolfo Ruiz Cortines, turismo cinegético, festival en honor del Dr. Alfonso Ortiz Tirado conocido como "el tenor de América" y sus artesanías donde se puede conseguir artículos de palma, vidrio, hierro forjado, platería, latón, muebles rústicos, cerda tejida o cobijas de lana hechas por indígenas mayos, después se trabajó en la dinámica donde se realizó un crucigrama con las palabras claves sobre el tema.

Otro tema tratado fue el de actividades turísticas en Sonora, donde se vieron las diferentes actividades que se pueden practicar dependiendo de la zona en que se encuentre el turista, como playa, desierto y montañas, especificando

cada actividad como lo es el rappel que es un sistema de descenso por superficies verticales, el lugar ideal en Sonora para practicar esta actividad es en La Aduana, buceo es el acto por medio del cual la persona se sumerge en cuerpos de agua con el equipo especializado, San Carlos es una opción para practicarlo. Ciclismo es la actividad física en la cual se usa una bicicleta para recorrer circuitos al aire libre. Como dinámica se les brindaron a los alumnos dibujos donde venían plasmados diferentes actividades turísticas de Sonora.

Los animales en peligro de extinción en el estado de Sonora fue otro de los temas que se impartieron por parte de los brigadistas, algo importante que se mencionó en estas pláticas fue que en la actualidad miles de animales están amenazados en peligro de extinción, existen diferentes causas, como por ejemplo: La contaminación que invade sus ecosistemas y el descontrol en la caza y pesca. Los animales en peligro de extinción que se encuentran en el Estado, algunas de ellas están localizados en el Centro Ecológico de Sonora como son: lobo gris mexicano, águila real, guacamaya verde, guacamaya roja, cóndor de los Andes, jaguar, pato real, margay, tigre de Bengala, berrendo, perrito de la Pradera, pupo del desierto, oso negro, bisonte americano y mono araña. Para lograr una mayor atención de los niños sobre este tema, se realizó una dinámica de adivinanza donde a cada alumno le tocaba imitar un animal y el resto del grupo tenía que adivinar el nombre del animal que su compañero estaba actuando.

Atractivos Turísticos fue otro tema que se impartió donde se buscó que los alumnos conocieran los atractivos más relevantes con los que cuenta el estado,

con el fin de que los visitaran en compañía de su familia. Entre ellos se encuentran una gran cantidad de monumentos históricos y de los héroes de la Independencia y la Revolución mexicana así como de los héroes que han luchado por su estado, los cuales se encuentran en todos los 72 municipios en que está dividido el estado y destacan por su preferencia los monumentos a: Jesús García Corona héroe de Nacozari, a Lázaro Cárdenas del Río, a Emiliano Zapata, a Miguel Hidalgo y Costilla, a Benito Juárez y Francisco Villa entre otros. Los principales museos como el Museo de Sonora, Museo Costumbrista de Sonora, Museo Étnico de los Yaquis, Museo Étnico de los Seris, Museo de la Lucha Obrera, Museo de la Casa del General y Museo del Niño la Burbuja, los cuales son visitados por 184, 348 turistas en todo el año. Como dinámica se presentó el juego Enano - Gigantes donde el alumno que perdía tenía que mencionar un atractivo turístico del estado.

Fase 4: Presentación de Resultados

Se convocó a una reunión para presentar los ante el Responsable del Programa Educativo de Lic. En Administración de Empresas Turísticas el Mtro. John Sosa Covarrubias, La Coordinadora de Servicio Social y Prácticas Profesionales Lic. Lizette Marcela Moncayo Rodríguez y C.P Sergio Martínez Gálvez.

Se presentaron las listas de grupos firmadas por director y maestro de dicha escuela como evidencia, así también como fotografías de los alumnos participando en las dinámicas realizadas, así mismo se dieron a conocer las oportunidades y debilidades de llevar a cabo el proyecto. Finalmente se entregó

un informe técnico en forma digital de una presentación formal donde se dieron a conocer las áreas de mejora, los productos obtenidos y los resultados del proyecto.

Resultados y Discusión

En la tabla 1 se presenta plasmado mediante un cronograma de actividades el período y escuelas primarias del sector público y privado que se llevó acabo dicho proyecto.

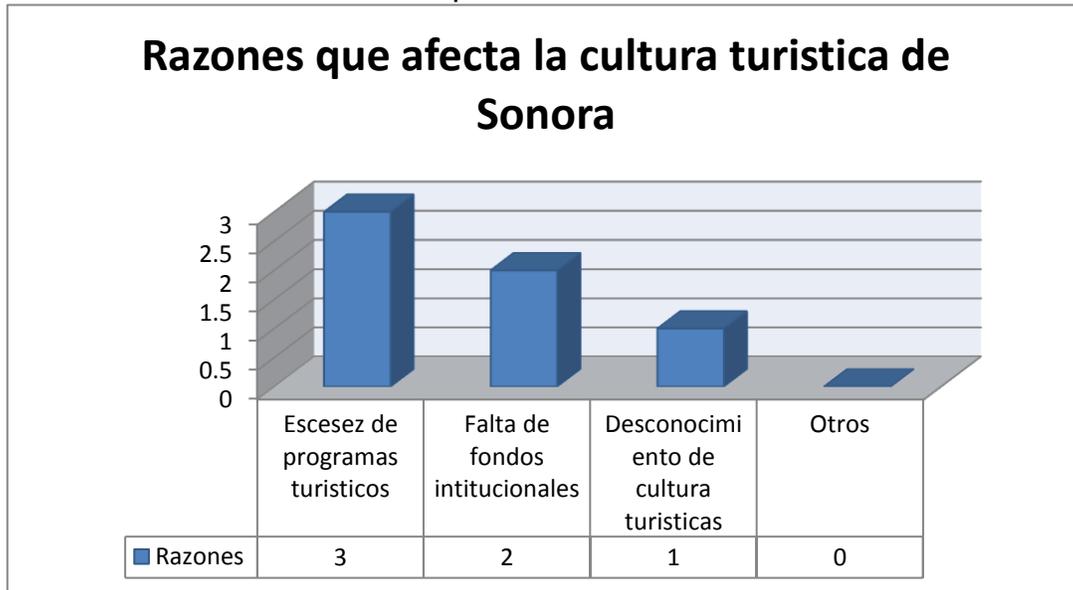
Tabla 1. Cronogramas de Actividades

| ESCUELAS | PERIODO | | | | | | | | | |
|-------------------------------|---------|--------|---------|---------|-----------|-------|---------|---------|---------|---------|
| | OCTUBRE | | | | NOVIEMBRE | | | | | DIC. |
| | 1 - 5 | 8 - 12 | 15 - 19 | 22 - 26 | 29 - 2 | 5 - 9 | 12 - 16 | 19 - 23 | 26 - 30 | 03 - 07 |
| Colegio Bosco | ■ | ■ | | | | | | | | |
| Colegio Eusebio Kino | | | ■ | ■ | | | | | | |
| Esc General Álvaro Obregón II | | | | | ■ | ■ | | | | |
| Centro Escolar Talamante | | | | | | | ■ | ■ | | |
| Club 20 30 | | | | | | | | | ■ | ■ |

Fuente: Elaboración propia.

En una encuesta realizada a las escuelas antes mencionadas se demostró que la principal razón por la cual no se refuerzan los valores del turismo a nivel primaria es la escasez de programas turísticos dentro del Estado, seguido por la falta de fondos para el turismo dentro de la institución. Se muestra en la gráfica 1.

Gráfica 1. Razones que afecta la cultura turística de Sonora



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones y Recomendaciones

Se observó al momento de impartir las pláticas de cultura turística en escuelas de educación primaria de Navojoa, Sonora que en efecto dentro del programa de estudios que manejan los maestros el tema de turismo es escaso, muchos estudiantes desconocían por completo el termino, más sin embargo, resalto su interés por conocer más sobre el tema y ser parte de esta actividad; por lo cual se considera indispensable la realización de programas que se encarguen de fomentar la cultura turística de la comunidad en general para su propio beneficio, otorgándoles a sus integrantes la oportunidad de conocer más sobre el las bellezas del entorno en donde viven.

Referencias

- Almada Bay I. (2003). Sonora. México: trillas.
Atractivos turísticos Sonora México. Recuperado el 11 de Enero del 2013
<http://www.mexico24.org/Atractivos-Turisticos/Atractivos-turisticos-Sonora.htm>
David Lagunas (2007). Antropología y Turismo. México: patria.
Morales Moya A. (2003). La cultura. España: prensa Ibérica.
SECTUR. (2011). Breviario de Cultura Turística. Recuperado el 16 de Enero del
2013, de http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_9070_breviario_de_cultura
Yescas, E. (2012). Sur Sonora, edición especial 2012, 4.
Zamorano C. F. M. (2004). Turismo Alternativo. Servicios Turísticos
Diferenciados. México: trillas

Tecnologías de Información y Comunicación en las Pequeñas y Medianas Empresas

Jesús Adrián Ramos Félix, bulgarcito_666@hotmail.com & Alma Nidia Cotta Bay

Resumen

Durante este proceso de estudio, se determinó investigar la utilización de las Tecnologías de Información dentro de las pequeñas y medianas empresas, en la zona comercial más importante de la ciudad, ya que no existen números precisos que ayuden a determinar el grado de aplicación de herramientas de sistemas que den soporte a las Pymes para lograr un desarrollo de calidad y exactitud en sus procesos operativos de negocio. Por medio de investigación y recolección de datos, se ha determinado que existe poca utilización de las TIC en las Pymes en el centro de Ciudad Obregón, Sonora. A su vez, entre comerciantes coinciden en el beneficio que tendrán al implementar estos sistemas informáticos en sus establecimientos, pero por falta de conocimiento y asesoría no implementan.

Antecedentes

Actualmente, la utilización de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) son parte fundamental para el desarrollo de las empresas, ya que han sido de ayuda significativa para el logro de sus objetivos en el ámbito laboral. Esto ha despertado la inquietud por hacer estudios de campo de las TIC para encontrar los beneficios que éstas otorgan y de esta manera saber por qué implementarlas, a su vez se identifica quienes podrían ser los interesados para usar este tipo de tecnología.

En el centro de Ciudad Obregón Sonora, la mayoría de las Pymes que se encuentran se dedican al sector comercial, entre ellos principalmente son negocios de zapaterías, papelerías, tiendas de ropa, tiendas naturistas y, panaderías.

CANACO, Ciudad Obregón, es una institución no gubernamental encabezada por un Consejo Directivo, el cual está formado por empresarios de

CD. Obregón; quienes representan a cada uno de los agremiados a la cámara, ante instituciones como: SHCP, IMSS, OOMAPASC, Junta de Conciliación y Arbitraje, entre otras.

(Canaco, 2012) Partiendo de esta base, las TIC apoyan a las PYMES en su crecimiento, y CANACO apoya a las PYMES en detectar y atender necesidades para su desarrollo, se establece la necesidad de conocer, a través de una primera investigación, cuál es el nivel de conocimiento de utilización, dominio y disposición, para la implementación de las TIC, teniendo como percepción de inicio, que sus procesos internos los realizan de forma manual; procesos que son importantes, como control de productos, almacén, nómina, control de personal, ventas y punto de venta.

Planteamiento del Problema

En la actualidad, se cuenta con considerables adelantos tecnológicos en el mundo entero, los países desarrollados se muestran a un paso avasallante ante los otros tercermundistas. En Ciudad Obregón, Sonora, México se considera que aún no ha ocurrido un cambio significativo en la adopción de las TIC, ya que la mayoría de las Pymes no cuentan con un Sistema, o alguna otra herramienta que les ayude a la coordinación y sincronización de sus procesos. Las empresas, carecen de una cultura sólida para adoptar las TIC. Con esto, nos referimos al uso de la computadora para optimizar tiempos y simplificar costos, a través de la información automatizada y hasta el mismo uso de Internet.

A la fecha no existen datos confiables sobre el uso de las TIC en las Pymes de la localidad, se requiere de información precisa, ya que de esta manera se facilita el crear una visión hacia un futuro en el uso y aplicaciones de las TIC en la localidad para el mayor desarrollo de ese sector.

Objetivo

El objetivo, es realizar una investigación exploratoria sobre el uso y aplicación de las Tecnologías de Información y Comunicación en las Pequeñas y Medianas Empresas del primer cuadro comercial de Ciudad Obregón, Sonora.

Basados en instrumentos de estudios y metodologías de investigación sustentadas, para obtener datos precisos, y que aporten a un buen análisis de la situación actual que se presenta, sobre la aplicación de Sistemas Informáticos en los pequeños negocios e intereses de sus propietarios.

Justificación

(Importancia PYMES en México, 2012) En algunos lugares del mundo se cuenta con suficiente información en relación al uso de las TIC en las pequeñas y medianas empresas, , siendo éstas, herramientas fundamentales para obtener un desarrollo comercial y estructural significativo, la importancia de realizar este proyecto es, conocer dentro de Cd. Obregón la situación de las de las empresas, y a qué nivel están involucradas con las Tecnologías de Información, de esta forma se obtendrá claridad para los inversionistas, y como determinar de forma objetiva los requerimientos de recurso tecnológico, la cual permita

una planeación adecuada del mismo, en conjunto con organismos como CANACO, y Universidades de la localidad y de esta manera brinden apoyo en alfabetización, recurso humano, capacitación y consultoría, a las empresas que así lo requieran o demanden.

Marco teórico

Introducción a las TIC

(Paliwala, 2004) Las tecnologías de la información y la comunicación TIC, Tics o bien NTIC para Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación o IT (Information Technologic) agrupan los elementos y las técnicas utilizadas en el tratamiento y la transmisión de las informaciones, principalmente de informática, internet y telecomunicaciones.

El uso de las tecnologías de información y comunicación entre los habitantes de una población, ayuda a disminuir la brecha digital existente en dicha localidad, ya que aumentaría el conglomerado de usuarios que utilizan las Tic como medio tecnológico para el desarrollo de sus actividades y por eso se reduce el conjunto de personas que no las utilizan.

Introducción de las TIC en las PyMES

(Netbiblo, 2010) Juan Vicente García Manjón, Profesor de Innovación Empresarial de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, España, afirma una serie de complicaciones más comunes que se pueden presentar al tratar de introducir TIC en las PYMES. Algunos problemas que se pueden presentar son: Expectativas irreales y excesivo optimismo tecnológico.

- La tecnología casi nunca es una solución por sí misma.
- Necesidad de ser escépticos ante la sobre promesa.
- Los factores clave más usuales en el éxito de un sistema son el compromiso del usuario, el apoyo ejecutivo, la definición clara de los requerimientos, una planificación adecuada y la fijación realista de expectativas.

El rol de las TIC en las empresas y su evolución

(Vilar , 2007), mantiene que el papel de las TIC en la empresa del Siglo XXI, está en constante evolución de la mano de la tecnología, junto a la aparición de nuevas y más complejas formas de utilización de la misma y a la completa interconexión y globalización de la economía, y los sistemas, implican que, más que nunca, las Tecnologías de la Información (TIC) ofrecen extraordinarias oportunidades, a la vez que elevados costes e importantes riesgos.

Costos, riesgos y oportunidades hacen de las TIC un elemento estratégico para el crecimiento, maduración y transformación de las organizaciones, pero, además, las convierte en factor crítico de éxito y de supervivencia de la empresa.

Como se ha visto, las TIC presentan una doble cara: Por un lado exigen grandes inversiones y las acompañan riesgos que, potencialmente, pueden aniquilar el negocio; mientras que, al mismo tiempo, ofrecen excepcionales oportunidades de crecimiento y de evolución del negocio. (Eaton, 2001)

La importancia de la adopción de TIC en las PyMES Mexicanas

En México la brecha digital en el sector empresarial es grande. Menos del 25 % de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) utiliza una computadora para sistematizar sus procesos y menos del 10% de éstas, realiza transacciones electrónicas entre empresas (PYMES, 2005).

Tabla 1. Clasificación de empresas por sector y número de trabajadores.

| Estratificación por Número de Trabajadores | | | |
|--|-----------|----------|-----------|
| | Industria | Comercio | Servicios |
| Micro | 0-10 | 0-10 | 0-10 |
| Pequeña | 11-50 | 11-30 | 11-50 |
| Mediana | 51-250 | 31-100 | 51-100 |

Fuente: INEGI (2009)

TIC y su importancia estratégica para las PYMES

Dentro de las TIC, Internet se convierte en la espina dorsal del comercio global (Jim, 1995). Internet ha experimentado un crecimiento rápido en cuanto a su uso y exploración rápida, convirtiéndose en un recurso comercial global que da lugar a nuevas industrias numerosas y a la reconfiguración de industrias establecidas (Christensen, Schmidt & Larsen, 2003).

Dentro de las ventajas específicas que se generan con las TIC, se mencionan los aumentos a la productividad como resultado de la mejora de procesos, la creación de valor para clientes y empleados de la organización y la creación de ventaja sobre la competencia (Slywotzky & Morrison, p. 2001).

Método

En éste apartado se presenta el método y los materiales que se encuentran contemplados y que se utilizarán para llevar a la realización de ésta investigación

exploratoria sobre El Uso de las TIC en las PyMES del primer cuadro de la Ciudad adscritas a la CANACO.

Los materiales que se tienen contemplados para la realización de éste proyecto se mencionan a continuación:

- ✓ Computadora de escritorio para el procesamiento de la información.
- ✓ Computadora personal.
- ✓ Herramienta de ofimática Microsoft Office Word para la recopilación de fuentes de información y la redacción del informe de resultados.
- ✓ QUIA como herramienta de soporte para la aplicación de encuestas a los empresarios.
- ✓ Memoria USB para el almacenamiento y transportación de los archivos del proyecto.
- ✓ Papelería en general. (Hojas blancas, lápices, plumas, engrapadora, un cuaderno, etc.)
- ✓ Impresora.

A continuación, se describirá la metodología que se seguirá para llevar a cabo la investigación exploratoria, la cual es una adaptación conforme a las necesidades del estudio en cuestión.

- 1.- Investigación Exploratoria
- 2.- Construcción del instrumento
- 3.- Pruebas
- 4.- Recolección de datos
- 5.- Captura de datos

6.- Resultados

Investigación Exploratoria: Esta etapa consiste en investigar información existente sobre las PYMES de la localidad, en relación a algunas estadísticas, de tal forma que esta información preliminar facilite el diseño de la encuesta a aplicar.

Construcción del Instrumento: Esta etapa consiste en realizar una investigación bibliográfica para diseñar un instrumento para la recolección de información, y garantice que los datos a obtener sean totalmente sustentables.

Recolección de datos: Es necesario recolectar la información de la manera que mayor le convenga al equipo de investigación de campo, tomando en cuenta riesgos que se pueden presentar y que fueron detectados en la fase de limitaciones; de tal forma, el mismo equipo determinará el proceso que más se les adecúe.

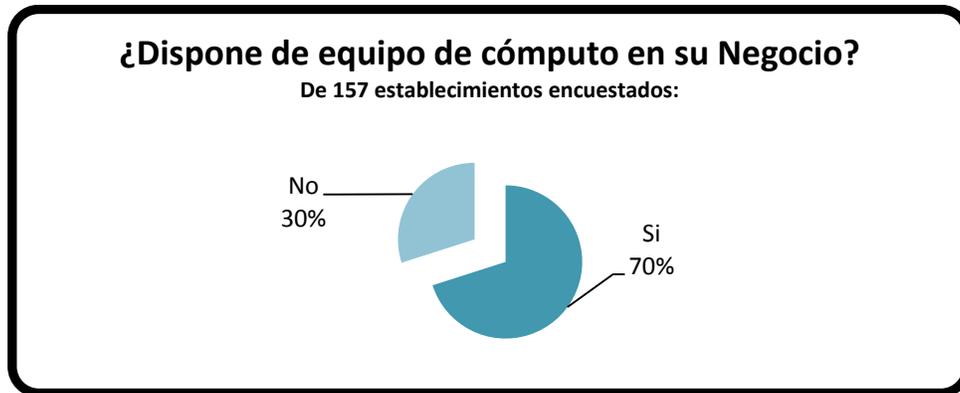
Captura de Datos: Después de la recolección de los datos, es necesario capturarlos directamente al equipo de cómputo, para así poder procesarlos de acuerdo como el equipo de investigación lo haya determinado. (Hojas de cálculo, procesadores de Texto, Encuestas Electrónicas, etc.)

Resultados: Por último, y con la captura de datos debidamente finalizada, es necesario y de suma importancia desplegar los resultados de manera gráfica, agregando oraciones que nos ayuden a determinar las conclusiones que obtuvimos de la investigación.

Resultados y discusión

A continuación se presenta de manera gráfica la información que se obtuvo por cada pregunta en la encuesta de la investigación; de tal forma que, ayude a la toma de decisiones en los resultados.

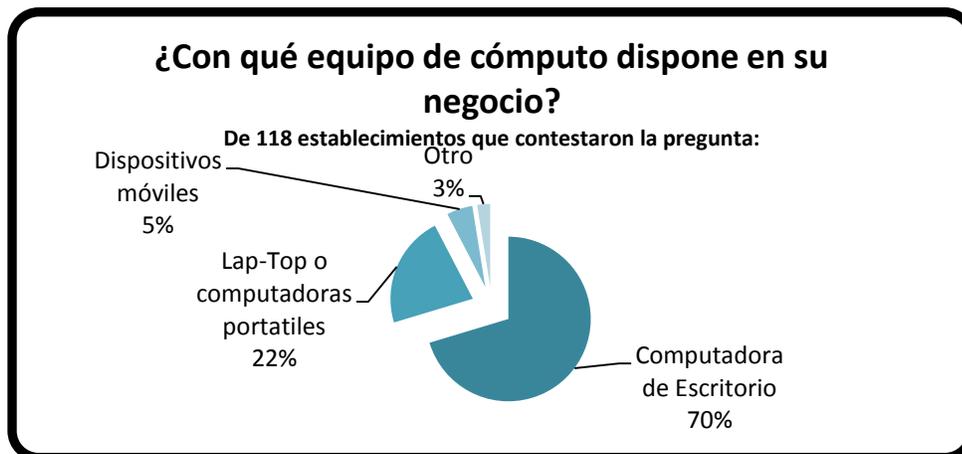
Gráfica 1. Pregunta 1: ¿Dispone de equipo de cómputo en su negocio?



Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra en la gráfica, el 70% de los negocios encuestados cuentan con una computadora para realizar los procesos de sus operaciones, se partirá de éste dato para realizar el análisis.

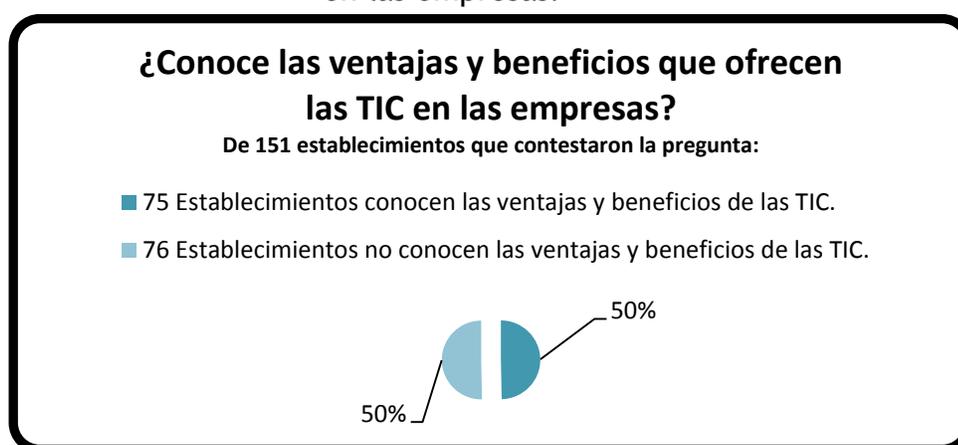
Gráfica 2. Pregunta 2: ¿Con qué equipo de cómputo dispone su negocio?



Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica anterior, muestra que la el 70% de los establecimientos cuentan con computadora de escritorio para realizar sus procesos y operaciones en su negocio. Cabe mencionar que solo el 5% de los negocios encuestados cuentan con dispositivos móviles con aplicaciones para negocio, dato importante dentro de la investigación.

Gráfica 3. Pregunta 3 ¿Conoce las ventajas y beneficios que ofrecen las TIC en las empresas?

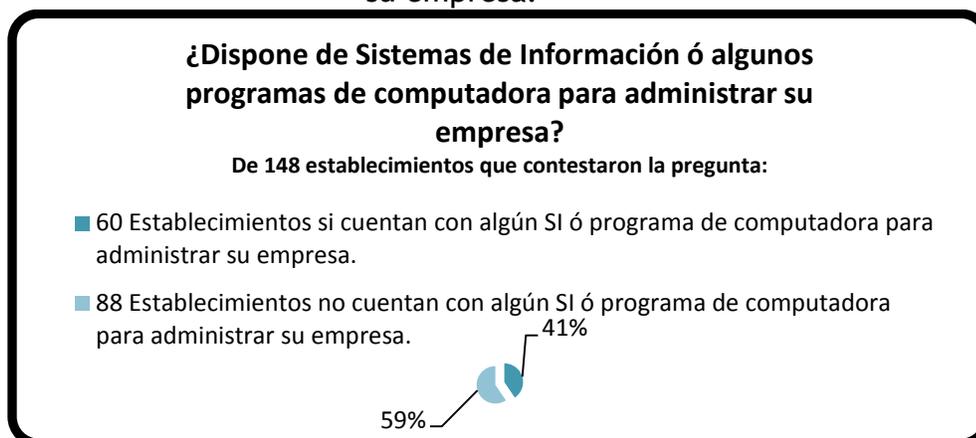


Fuente: (Vilar , 2007)

Coincidentemente, de los 151 establecimientos que han contestado la pregunta, el resultado se divide en un mismo número de negocios que conocen y no conocen los beneficios que las TIC arrojan para sus operaciones de negocios. Algunos beneficios son los siguientes:

- ✓ Automatizar procesos en las empresas.
- ✓ Rapidez en el servicio.
- ✓ Integrar procesos de operación.
- ✓ Permite la comunicación a distancia.
- ✓ Exactitud en los procesos de operación.

Gráfica 4. Pregunta4: ¿Dispone de SI o algún Software para la administración de su empresa?



Fuente: Elaboración propia.

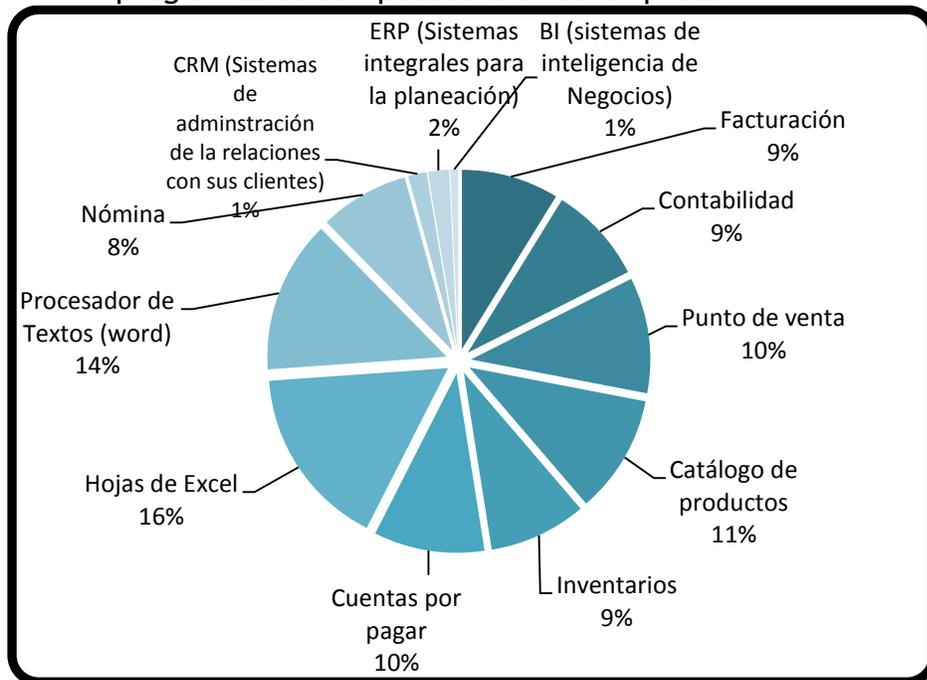
Realizando un análisis de la gráfica anterior, se obtiene que el 41% de los negocios encuestados, se basan en algún software o un SI para los procesos de su negocio.

Es una cifra importante, considerando que, de 60 establecimientos que conocen los beneficios de los SI para su empresa, casi el 97% de ellos, ha admitido contar en sus instalaciones con algún tipo de SI o en su defecto, el software necesario.

¿Qué uso le dan a los Sistemas de información o a los programas de computadora en su empresa? (Marque todas la que tiene actualmente).

De 151 establecimientos que contestaron la pregunta, el resultado fue el siguiente:

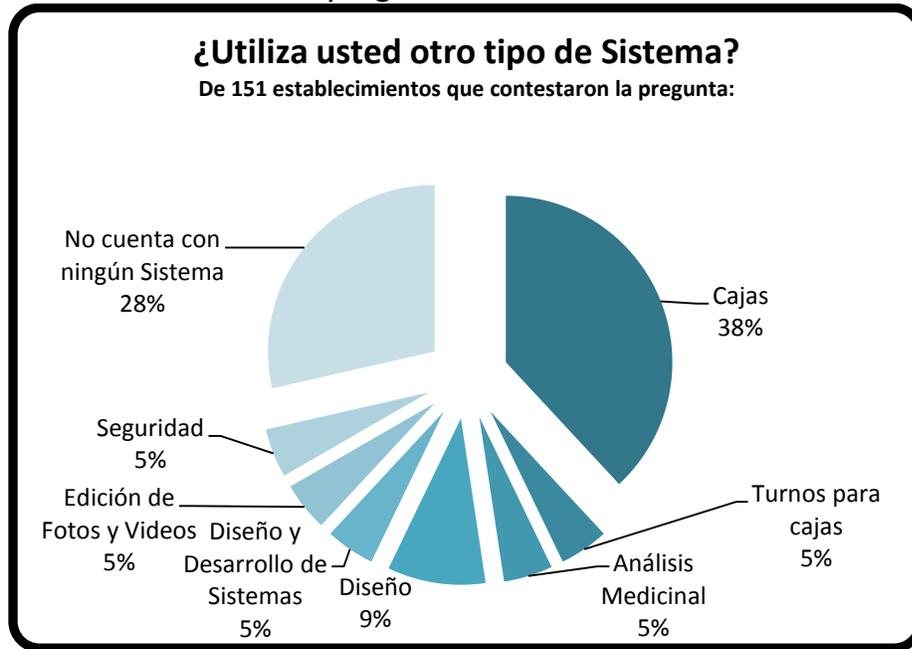
Gráfica 5. Pregunta 5: ¿Qué uso le dan a los Sistemas de información o a los programas de computadora en su empresa?



Fuente: Elaboración propia.

Por medio de la gráfica anterior, se observa que, el 30% de los negocios, utilizan hojas de Excel y procesadores de texto para adecuar sus procesos operativos dentro de su negocio. Es interesante observar que, la opción de cuentas por pagar ocupa el tercer lugar con un 10% dentro de las opciones disponibles en la encuesta.

Gráfica 6. Pregunta 6: ¿Utiliza usted otro tipo de sistema diferente a los de la pregunta anterior?

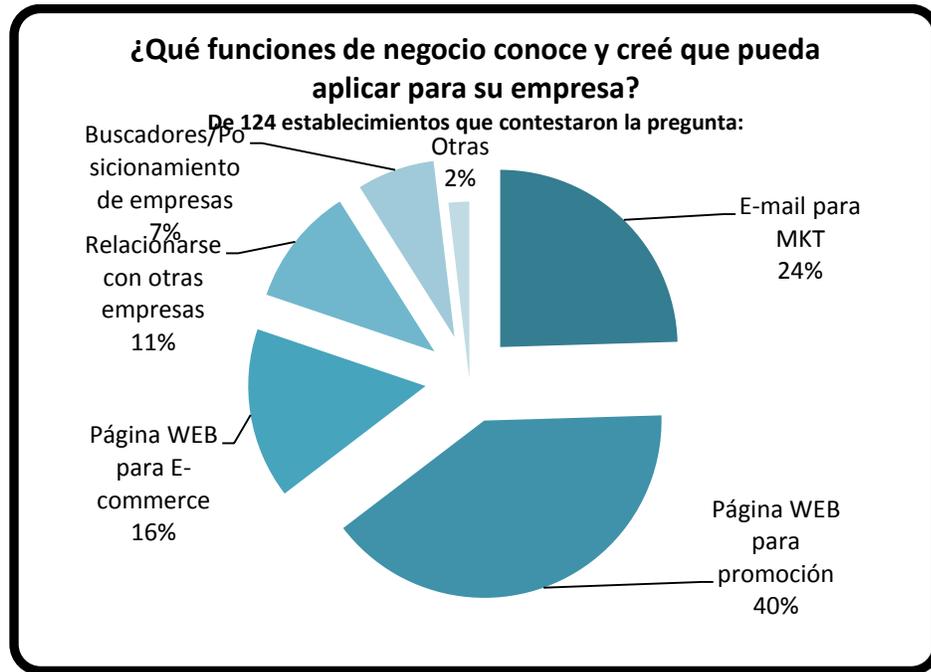


Fuente: Elaboración propia.

Se analiza conforme a la gráfica que, existen otros tipos de sistemas de los que no se mencionaron en la pregunta anterior, pero que igualmente se tomaron en cuenta, ya que para éste estudio, cualquier tecnología que las PyMES se encuentren utilizando, son importantes para determinar las tendencias del mercado actual de la localidad.

Dentro de los más importantes se encuentran sistema para el proceso de cajas, con un 38%, así como seguridad, edición de vídeos y desarrollo de software, los tres con un 5%.

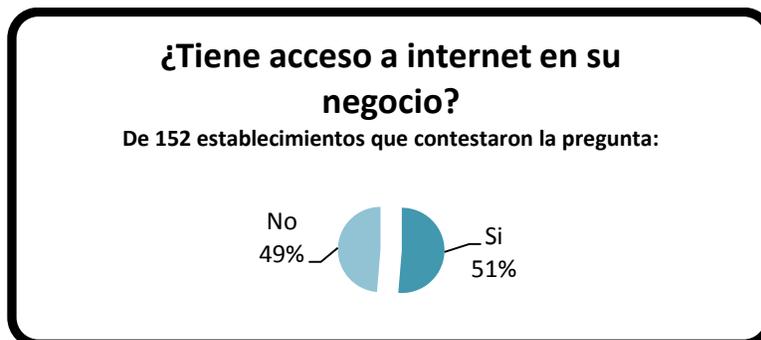
Gráfica 7. Pregunta 7: ¿Qué funciones de negocio conoce y creé que pueda aplicar para su empresa?



Fuente: Elaboración propia.

Es importante mencionar, que realizando un análisis de la tabla anterior, que un 40% de los pequeños comerciantes, creen poder implementar páginas WEB para promoción, así mismo, un 24% de los establecimientos comparten la idea de enviar a sus clientes o futuros clientes emails para realizar mercadotecnia.

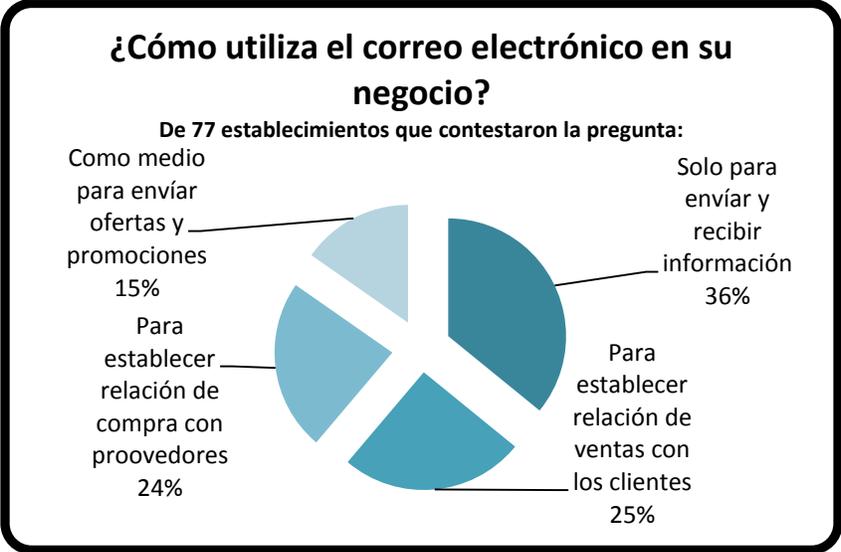
Gráfica 8. Pregunta 8: ¿Cuenta con internet en su negocio?



Fuente: Elaboración propia.

Es notable la falta de adopción en las PyMES de la localidad, en cuanto a tener internet en las empresas. Considerando los resultados de la gráfica anterior, tan solo el 51% de las empresas que contestaron la pregunta, tienen servicio de internet.

Gráfica 9. Pregunta 9: ¿Cómo utiliza el correo electrónico en su negocio?

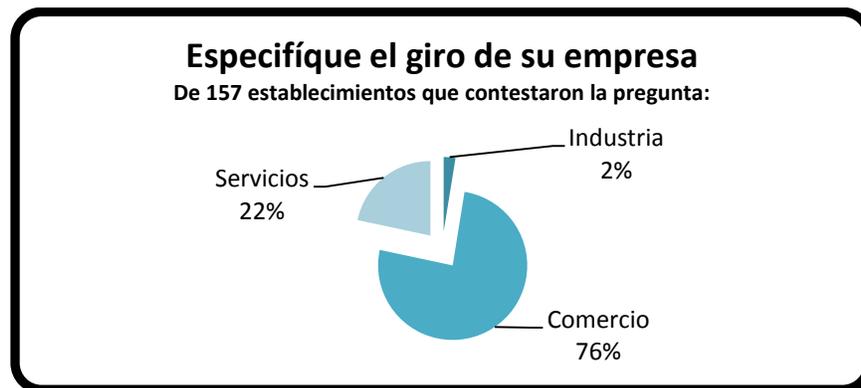


Fuente: Elaboración propia.

En base a la información que nos muestra la tabla anterior, se encuentran distribuidas las acciones de usabilidad sobre el correo electrónico.

Existen diferencias entre cada una de las opciones que se registraron. Dentro de las cuales, la que más selecciones obtuvo fue para recibir y envío de información con un 36% dentro de los negocios encuestados.

Gráfica 10. Pregunta 10 : Especifique el giro de su empresa.



Fuente: Elaboración propia.

La gráfica anterior nos muestra que de 157 negocios, el 76% las PyMES que se encuestaron se dedican al comercio.

Por otro lado, la industria aparece con un 2% y servicios con 22%.

Conclusiones y recomendaciones

Durante la elaboración del proyecto, se ha reunido información para comprobar que las PyMES en la región necesitan implementar algún tipo de TI, para un mejor desempeño en el ambiente comercial, industrial y de servicios.

La ventaja competitiva que ofrece la tecnología de información es una necesidad para las PyMES; para poder sobrevivir en un ambiente empresarial deben integrar la tecnología de información en la organización, de forma tal, que produzca un control administrativo sobre los demás recursos de la empresa.

Los pequeños comerciantes de la ciudad sufren una enorme falta de alfabetización tecnológica que pueda catapultarlos a acrecentar sus negocios de una manera exponencial, basándose en la infraestructura ideal que demande su propio negocio. Para concluir, éste estudio de campo, sobre el uso de

Tecnologías de Información, nos indica que, los empresarios de la ciudad, coinciden en, la disposición que cuentan para la implementación de TI en sus negocios, siempre y cuando, inicialmente se realice una consultoría personalizada, esto ayudar a obtener los requerimientos de cada empresa atendiendo situaciones y necesidades específicas, para canalizarlas a herramientas que puedan otorgarle un alto grado de automatización y beneficios sobre su operación, procesos y actividades que desarrolla.

La visión y el interés para la realización de esta investigación, ha mostrado que la gran mayoría de pequeños y medianos empresarios de la localidad, no se encuentran bien informados sobre el uso del recurso tecnológico y los beneficios que otorgan a sus negocios.

Cuando se va a utilizar la tecnología de información, es importante saber la misión y la estrategia que la empresa quiere implementar, para que ésta iniciativa de TI llegue a entregar los beneficios estimados. Con los resultados obtenidos a través del presente estudio, las PyMES muestran una tendencia a usar la tecnología de información para lograr un mayor índice de ventas y abrir nuevos mercados para sus productos o servicios.

Referencias Bibliográficas

- Anzola, S. (2003): Administración de pequeñas empresas. México: McGraw-Hill.
Barragán, J. et al. (2002): Administración de las pequeñas y medianas empresas, retos y problemas ante la nueva economía global. México: Trillas.
Bernal, C. (2000): Metodología de la Investigación para Administración y Economía. Bogotá: Pearson Prentice Hall.
Berry, J. (2000): Negocios Electrónicos, una meta difícil de alcanzar. Internet Week, núm. 810, p. 41.

Christensen, J., Schmidt, M. & Larsen M. (2003): La Turbulencia y dinámica competitiva en la industria de servicios de Internet. Núm. 10, pp. 110-117.

Coté, L. & Vecina, M. (2005): El Proceso de gestión Estratégica en los negocios electrónicos, in Ivey Business Journal Online, Núm. 1, p. 10.

David, F. (2003): Conceptos de administración estratégica. México: Pearson Prentice Hall.

Eaton, D. (2001): México y la globalización. México, D.F.: Trillas.

Garrido, S. (2003): Dirección estratégica. Madrid: McGraw-Hill.

Heijs, J. (2002): Justificación de la política tecnológica: un enfoque teórico. Gestión de la Innovación y Tecnología, Núm. 10, abril-mayo, pp. 10-18. .

Jim, C. (1995): Internet como columna vertebral en los negocios. Computing Canadá, vol. 21, pp. 20- 27.

José María Ferré Trenzano & Jordi Ferré Nadal (1997): Los Estudios de Mercado: Como hacer un estudio de mercado de forma práctica.

Koontz, H. & Weihrich, H. (2003): Administración una perspectiva global, México, D.F. McGraw-Hill.

Paliwala (2004) Tecnología e Internet para los Negocios. Toronto, Canadá.

Reboloso, R. (2000): La globalización y las nuevas tecnologías de información, México, D.F.: Trillas.

Roberto Hernández Sampieri (2006): Metodología de la Investigación, cuarta edición.

Slywotzky, A. & Morrison, D. (2001): Convertirse en un negocio digital; no se trata de tecnología, estrategia y liderazgo. Núm. 29, p 4.

Vallés, M. (1997). Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional. (Madrid, España)

Referencia Electrónica

http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono_Micro_peque_mediana.pdf

(s.f.). Prontuario de actualización fiscal. (29 de agosto de 2012). Mexico. *Sipse.com*. (25 de noviembre de 2012). Recuperado el 3 de marzo de 2013, de <http://sipse.com/mexico/estima-banxico-millonaria-fuga-de-capitales-al-extranjero-2346.html>

SUBSECRETARÍA DE COMPETITIVIDAD Y NORMATIVIDAD. (9 de febrero de 2013). Recuperado el 21 de Marzo de 2013, de <http://www.economia.gob.mx/>

Aldama., P. D. (abril de 2009). *Ecolin* . Obtenido de ciclos economicos: www.ecolin.com

Banco de México. (s.f.). Recuperado el 15 de febrero de 2013, de www.banxico.org.mx

Barro, R. J. (1996). El monetarismo de las expectativas racionales, un contraste con la síntesis neoclásica y un enfoque estructuralista. En M. J. Zepeda Martínez, *La Inflación de Transición*. México.

Briseño, K. (6 de noviembre de 2010). Clarin Veracruzano. Hermosillo, Sonora, Mexico.

Cantu, G. M. (2003). *Mexico estructura politica, economica y social*. Pearson prentice hall.

Comunidad de negocios. (s.f.). Recuperado el 21 de marzo de 2013, de www.economia.gob.mx

Czinkota, M. R., Ilkka A., R., & Moffet, M. H. (2007). *Negocios internacionales.* cengage learning editores.

Díaz, A. F. (2011). *Política Monetaria. Fundamentos y Estrategias.* Madrid: Paraninfo.

Excelsior. (30 de agosto de 2012). *prontuario de actualizacion fiscal.* Recuperado el 15 de abril de 2013, de <http://www.e-paf.com/index.php/noticias-y-articulos/noticias-y-articulos-web/impuestos-federales/296-expectativas-de-reformas-fiscales-2012>

Excelsior. (11 de marzo de 2013). www.zocalo.com.mx. Recuperado el 16 de abril de 2013, de <http://www.zocalo.com.mx/seccion/articulo/presentan-hoy-al-instituto-federal-de-telecomunicaciones-1363023747>

Fernández de Navarrete, F. C. (2008). *Economía, Bachillerato 1.* España: EDITEX.

Fuertes, A. M., & Gatica, L. (2011). *De la economía global al desarrollo local.* publicaciones de la universidad de valencia.

García, A. (s.f.). *El Semanario.* Recuperado el 20 de marzo de 2013, de http://elsemanario.com.mx/revista_semanal/393_7_13_jul/5/index.html

Guillen, H. R. (1984). *Origenes de la Crisis En Mexico.* Mexico D.F: Ediciones Era .

Gurria, A. (2012). *Serie mejores politicas Mexico para un desarrollo Incluyente .* D.F.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (s.f.). Recuperado el 10 de Febrero de 2013, de www.inegi.org.mx

Invertir en el Mundo. (s.f.). Mexico.

J.Walley, A. y. (1999). *The Problem of capital flight of Rusia.* Oxxford: Black well publisher.

Josefa Eugenia Fernández Arufe. (2006). *Principios de Política Económica .* Madrid: Delta Publicaciones.

Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Introduccion a la economia macroeconomica.* Barcelona España: Reverte S.A.

Legna Verna, C., & González Morales, O. (2010). *Comprender la Macroeconomia.* Buenos Aires: TESEO.

Mankiw, N. G. (2002). *Principios De Economia.* Editec.

Mayer, A., & Mendez, J. R. (2007). *Mexico en tre momentos 1810-1910-2010.* Mexico: GM editores Espejo de Obsidiana.

Mcleod, D. (17 de mayo de 2012). *Economía y Finanzas.* Recuperado el 13 de marzo de 2013, de <http://economia-hoy.blogspot.mx/2012/05/darryl-mcleod-la-fuga-de-capitales.html>

Núñez Ramos, E., & Lawrence, G. (2003). *principios de administracion financiera.* Mexico: addision wesley.

OECD, B. (s.f.). Manual sobre la Medicion de la economia no observada.

Quiminet. (11 de diciembre de 2012). www.politicayempresas.com. Recuperado el 15 de abril de 2013, de <http://www.politicayempresas.com/notas/epn-propone-reforma-educativa-3362785.htm>

Ramírez, G. V. (2004). *Aproximación a la Economía Política.* ECOE Ediciones.

Rodríguez Vargas, J. d. (2005). *La Nueva Fase de Desarrollo Económico y Social del Capitalismo Mundial*. Tesis doctoral, www.eumed.net.

Saéz, M. A., & Hernández Norzagaray, E. (2009). *México el nuevo escenario político ante el bicentenario*. ediciones universidad salamanca.

Tamez, A. G. (2 de sábado de 2013). *El Financiero*. México D.F.

Tuluy, H. (9 de enero de 2013). *Foro Banco Mundial*. Recuperado el 21 de marzo de 2013, de <http://www.bancomundial.org>

Vilar, J. R. (1 de Marzo de 2007). www.infonova.es. Recuperado el 20 de Marzo de 2013, de www.infonova.es/noticia.aspx?pNidNoticia=34

www.laeconomia.com.mx. (s.f.). Recuperado el 15 de abril de 2013, de <http://www.laeconomia.com.mx/reforma-laboral/>

Yacamán, J. M. (1982). *Un análisis de la inflación en México*.

Zermeño, F. (2004). *Lecciones de desarrollo económico*. México D.F: Plaza Y Valdez.

CANACO Obregón, Información, en línea, 16 de Abril 2012. <<http://www.canacoobregon.com.mx/>>

Importancia de las PyMES en México, en línea, 25 de Abril 2012. <http://www.comunicacion.ugto.mx/coepes/index.php?option=com_content&view=article&id=255:PyMESroque&catid=3:articulos&Itemid=50>

**Manual de procedimientos de división de cuartos de una empresa de
Alojamiento en el municipio de Navojoa**
María Laura García Beltrán, Laura_gb47@hotmail.com & Lizette Marcela Moncayo
Rodríguez.

Resumen

En la actualidad toda empresa necesita contar con la calidad adecuada para llegar al éxito, y la clave es desarrollar un plan que lleve a cumplir todos los objetivos que la empresa tenga marcados. El presente trabajo se enfoca en la calidad de los hoteles dando a conocer el método de la aplicación *Check- List*. El objetivo de esta aplicación es mostrar la importancia que genera conservar la calidad al momento de asear una habitación en una empresa de alojamiento. La calidad del aseo se logrará utilizando una bitácora que indique paso a paso cómo realizar este procedimiento, ya que de esto depende la estadía y el regreso de los clientes a la empresa, dando como resultado un incremento en los beneficios económicos.

Antecedentes

El Hotel del Río fue fundado el 30 Abril de 1954 por el Sr. Gilma; con solo 20 habitaciones y un restaurante. Años más tarde, formó una compañía con el Sr. Monteverde y Guillermo Anaya, la cual duró poco más de un año. En la actualidad el CP. Martín Ernesto Bouvet es el Director General de la empresa y dueño de la misma.

Hoy en día, la empresa se distingue por ser una organización seria con una misión y visión claramente definidas, en donde el personal y los clientes son los más importantes para la empresa. En la actualidad, Best Western Hotel del Río cuenta con 77 habitaciones distribuidas de la siguiente manera:

58 Habitaciones dobles (2 con cocinetas)

17 Habitaciones Sencillas

1 Master Suite

1 Junior Suite

Esta última cuenta con los siguientes servicios:

Habitaciones ejecutivas con mesa y lámpara de trabajo

Aire Acondicionado

Secadora

Cafetera

Teléfono

Televisión

Reloj despertador

El hotel ofrece conjuntamente el servicio de restaurante “Los Arcos”. El cuál brinda al comensal los más exquisitos platillos, especialidades de la casa, todo para que los clientes tengan un servicio completo; también cuenta con especiales del día, desayuno buffet (todos los días), desayuno buffet al 2x1 para damas, los fines de semana brinda servicio de bar con música viva los fines de semana, hasta las 2:00 a. m., su horario de servicio es de 7:00am a 11:00pm.

Servicios adicionales:

- Internet Inalámbrico en el Hotel
- Teléfono con Data Port y Buzón
- Lavandería y Tintorería
- Personal Bilingüe
- Centro de Negocios con Internet de Alta Velocidad
- Room Service de 7:00 am a 10:30 pm.
- Estacionamiento

- Alberca
- Áreas verdes
- Se aceptan Tarjetas de Crédito (Bancomer, Banamex, A. Express, Carnet, Visa).

Además se tiene convenio con “La quinta” Raquet Club, por lo que ofrece a los huéspedes membresías para sus instalaciones.

Debido a la calidad en el servicio y atención al cliente Best Western Hotel del Río ha sido reconocido con el distintivo Moderniza que consiste en un sistema de gestión para el mejoramiento de la calidad, a través del cual, las empresas turísticas podrán estimular a sus colaboradores e incrementar sus índices de rentabilidad y competitividad con base en una forma moderna de dirigir y administrar una empresa turística, condiciones que le permitirán satisfacer las expectativas del cliente.

Moderniza está conformado como sistema estructurado con cuatro elementos:

Calidad humana.

Satisfacción al cliente.

Gerenciamiento de la rutina (procesos)

Gerenciamiento de mejoras (proyectos)

En año de 1997 Hotel del Río se unió a la Franquicia Best Western Independently Owned & Operated y en el 2003 a la Cadena Hotelera del Pacífico. Esta cadena pertenece a un selecto grupo de hoteles y moteles independientes, que forman una alianza para posicionarse hoy en lugares estratégicos de la

cuenca del Pacífico Mexicano y posteriormente extenderse por toda la República Mexicana.

Con todo ello, Best Western Hotel del Río mantiene a todo el personal en constantes capacitaciones, especialmente en atención al huésped y calidad en el servicio.

Planteamiento del problema

En todo establecimiento hotelero las habitaciones juegan un papel primordial en la estadía del huésped, ya que se toman en cuenta el confort y la higiene como factores decisivos en la estancia del cliente. Por lo tanto, se ha decidido hacer un plan de mejora para optimizar el tiempo y los suministros que se invierten en la limpieza diaria del inmueble, estandarizando el tiempo y limpieza del mismo.

Mediante la participación de prácticas en el hotel Best Western Hotel del Río de Navojoa Sonora, se detectaron algunas inconformidades en nombre de los clientes, causadas por el incumplimiento del procedimiento de limpieza e higiene de las habitaciones por parte de las camaristas.

Objetivo

Desarrollar una guía estandarizada mediante la implementación de un diseño de formatos para mejorar la organización de limpieza e higiene en habitaciones de Best Western Hotel del Río en Navojoa Sonora con el fin de ofrecer mayor calidad al huésped en su estancia.

Justificación

Este proyecto se realizó para obtener distintos beneficios, iniciando por satisfacer al cliente, ya que es la parte principal de la empresa. Gran parte de la satisfacción del cliente se logra con la disminución del tiempo de aseo de las habitaciones, poniendo principal atención a cada detalle dentro de ella con el fin de ofrecer una mejor calidad que a su vez facilita el trabajo que realizan las camaristas y asegura el bienestar del inquilino sin comprometer la calidad del servicio.

Marco Teórico

En la hotelería todos los departamentos juegan un papel muy importante, ya que todo se complementa de cierta forma; pero hay un departamento que destaca debido a su relación directa con la estancia del cliente, este departamento es conocido como *el departamento de ama de llaves*. Según Báez Casillas (2006): “El departamento de Ama de llaves, influye notablemente en la opinión que el cliente tiene acerca del hotel”. El buen funcionamiento de este departamento tiene como resultado una buena percepción del cliente y a su vez, una estancia satisfactoria.

Las exigencias de los clientes y la competencia obligan a que las empresas busquen la calidad como una herramienta para incrementar las ventas. Tomando como referencia la siguiente definición:

“Calidad es el logro de la satisfacción de los clientes a través del establecimiento adecuado de todos sus requisitos y el cumplimiento de los

mismos con procesos eficientes, que permitan así a la organización ser competitiva en la industria y beneficie al cliente con precios razonables” Vázquez Lema (2007)

Además, la mejor estrategia para conseguir la lealtad de los clientes “se logra evitando sorpresas desagradables a los clientes ya sean por fallas en el servicio y sorprendiendo favorablemente a los clientes cuando una situación imprevista exija la intervención para rebasar sus expectativas” Palafox de Anda (2007)

De esta forma se da a entender que la calidad en el servicio es un elemento específico que muestra una ventaja diferenciadora en el tiempo a aquellas empresas que tratan de alcanzarla.

Para obtener un grado excelente en calidad es muy importante llevar un procedimiento de manera clara y concisa en todo lo que se realice, por lo tanto, se explica en los siguientes conceptos:

“Sucesión cronológica de operaciones concatenadas entre sí, que se constituyen en una unidad de función para la realización de una actividad o tarea específica dentro de un ámbito predeterminado de aplicación. Todo procedimiento involucra actividades y tareas del personal, determinación de tiempos de métodos de trabajo y de control para lograr el cabal, oportuno y eficiente desarrollo de las operaciones” Hernández Castillo (2010).

Es muy importante llevar a cabo el procedimiento adecuado en la realización de cualquier actividad, puesto que ayuda a minimizar mermas, ya

sea en tiempo o producción, obteniendo así un mejor rendimiento y ganancias más elevadas.

Para llegar a tener un nivel de excelencia en servicio es necesario llevar el control adecuado al momento de realizar cualquier actividad.

Según Ramírez Cavassa (2003): “El control es un proceso secuencial de actividades de carácter básico y permanente, esencialmente igual para cualquier actividad”.

Llevando a cabo el proceso de control se logra tener un rendimiento excepcional al momento de aplicarlo en la limpia de habitaciones o cualquier otro tipo de departamento que lo necesite.

Método

2.1 Encontrar la causa-raíz.

A continuación se enlistan las actividades realizadas con el fin de encontrar la causa-raíz del problema:

- Un recorrido por la empresa presentando al equipo de trabajo.
- Se explicó a cada integrante su perfil de puestos destacando el trabajo en equipo, asumiendo las responsabilidades que cada puesto representa y la toma de decisiones. Estos puestos se programaron en 8 semanas integrando a cada practicante en uno diferente cada semana.
- Se brindó apoyo en cada área asignada en la empresa con el fin de lograr una buena atención al cliente en las áreas que se requería.

- Se buscaron áreas de oportunidad con el fin de optimizar los servicios de la empresa identificando qué departamentos necesitaban atención para agilizar su producción. Una vez identificadas las áreas de oportunidad se buscaron posibles mejoras mediante herramientas de solución de problemas.(Análisis causa-raíz). El análisis causa-raíz se encarga de identificar la secuencia de eventos que han conducido a las fallas y crear un plan que permita prevenir su recurrencia en el futuro.
- Se realizó un listado de alternativas para solucionar el problema por parte de los integrantes del equipo con el apoyo y aprobación del gerente de la empresa.
- Se implementó un análisis costo-beneficio de las diferentes alternativas y se seleccionó la más conveniente para este proyecto. La alternativa fue aprobada por la persona encargada del proyecto y sugirió algunos puntos a evaluar.
- Se realizó una toma de fotografías para evidenciar los cambios y como futura referencia.
- Se ejecutó una investigación en distintas fuentes con el fin de recopilar la información necesaria para la realización del proyecto.

Se contó con el apoyo del personal que labora en esta empresa con el fin de conocer mejor las áreas de oportunidad previamente mencionadas.

2. 2 Búsqueda de soluciones.

Una vez encontrada la causa-raíz se emprendió la búsqueda de las posibles soluciones. Se investigaron los pasos que se realizan durante las actividades de limpieza periódica de una habitación.

Se analizaron todas las posibles soluciones al problema principal y en base a un estudio costo-beneficio se llegó a la conclusión que realizar un *Check-List*; era la opción más viable para la solución de este problema, ya que éste presenta un costo bajo y un beneficio alto a comparación de otras soluciones.

Tabla 1. Muestra costo-beneficio a obtener

| Solución | Costo | Beneficio |
|---|-------|-----------|
| Check-List | Bajo | Alto |
| Contratar Out sourcing para hacer el aseo | Alto | Alto |
| contratar a nuevo personal | Alto | Bajo |

Fuente: Elaboración propia

Se decidió utilizar el *Check-List* como método, ya que es un instrumento viable y ajustable para medir los estándares de limpieza pudiendo servir como herramienta en cualquier establecimiento de cualquier giro.

Este método es un elemento apropiado al momento de querer medir la calidad en tiempo y servicio, ya que busca agilizar el rendimiento de los empleados en la empresa y también eliminar el margen de error que se pueda presentar, con ello, se logra evitar hasta la falta más mínima que pueda llegar a presentarse al momento de que el empleado realice su trabajo y al instante en el

que el cliente haga uso de los servicios de la empresa. Logrando así la satisfacción del cliente tanto como de la misma empresa.

El gerente evaluó y aprobó la iniciativa y se dejó todo a su disposición para ejecutar el proyecto. Ya que el proyecto fue aprobado se afinaron detalles para su presentación.

2.3 Solución al problema.

Se llevó a cabo una lluvia de ideas con el fin de enlistar todas las actividades indispensables a la hora de realizar la limpieza, y se elaboró un formato de fácil llenado, con el fin de que el personal no pierda tiempo limpiando la habitación, haciendo un chequeo vertiginoso de los puntos que se consideraron críticos para el correcto aseo e higiene de una habitación.

Con la información recopilada se busca llevar un control diario y asegurar que todas las actividades fueron realizadas correctamente y evaluadas por el personal de aseo y valoradas por su supervisor. Testificando de esta manera que el cuarto se encuentra en condiciones óptimas para ofrecerles a los clientes un servicio de la mejor calidad.

2.3.1. Check-List elaborado para la obtención de mejores resultados en el área de división cuartos en las empresas de alojamiento.

| Check-list de limpieza de cuarto | | | | |
|---|----|-----------|-----|-------------|
| Fecha: | | Tiempo: | | |
| Cuarto: | | Empleado: | | |
| Verifique que el carrito de limpieza/cuarto tenga los siguientes puntos | | | | |
| CARRITO DE LIMPIEZA | SI | NO | N/A | COMENTARIOS |
| Toallas | | | | |
| Jabón | | | | |
| Aspiradora | | | | |
| Atomizador | | | | |
| Cloro | | | | |
| Trapeadores | | | | |
| Escobas | | | | |
| Recogedor | | | | |
| Fanelas | | | | |
| Cubre camas | | | | |
| Sabana Individual | | | | |
| Sabana Queen | | | | |
| Sabana Matrimonial | | | | |
| Aromatizante | | | | |
| Shampoo | | | | |
| Enjuague | | | | |
| Fundas | | | | |
| Habitación | | | | |
| Cubre camas | | | | |
| Sábanas | | | | |
| Fundas de almohadas | | | | |
| Edredón | | | | |
| Cabecera limpia | | | | |
| Buró limpio | | | | |
| Lámpara limpia | | | | |
| Cortinas limpias | | | | |
| Ventanas limpias | | | | |
| Tocador limpio | | | | |
| Televisor limpio | | | | |
| Muebles limpios | | | | |
| Piso trapeado | | | | |
| Baño | | | | |
| Lavabo limpio | | | | |
| Jaboneras limpias | | | | |
| Espejo limpio | | | | |
| Kleenex | | | | |
| Inodoros | | | | |
| Papel Higiénico | | | | |
| Regadera | | | | |
| Tapetes | | | | |

Resultados y discusión

A continuación se presentan los resultados obtenidos con la estandarización de los procesos de limpieza aplicados en el Hotel del Río Best Western de Navojoa Sonora.

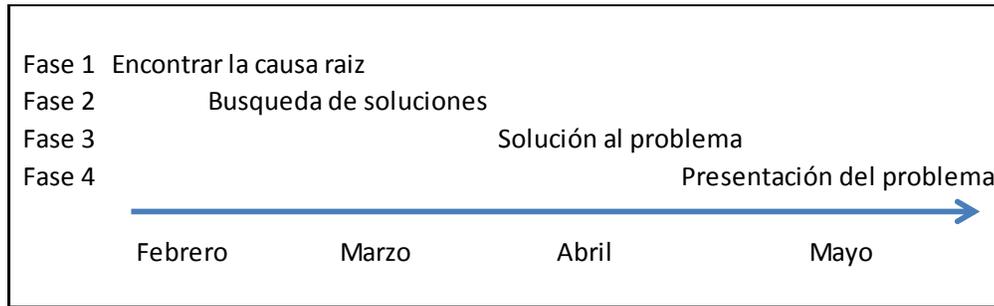


Figura 1. Muestra mensual de resultados obtenidos

Fuente: Elaboración propia.

Mencionando algunos de los beneficios que se obtuvieron mediante la implementación de este proyecto se pueden citar los siguientes como los más destacados:

- Un control en el inventario de todos los productos que se encuentran en el carrito de limpieza.



- Minimizar el tiempo de ciclo de limpieza de la habitación.



- Mejorar la calidad del servicio.



- Contar con personal más capacitado.



Los métricos que se muestran en la siguiente tabla se establecieron al comienzo del proyecto dando resultados satisfactorios.

Tabla 2. Porcentaje de resultados.

| Métricos | Resultado |
|--|-----------|
| Número de habitaciones limpias | 100% |
| Clientes satisfechos | 100% |
| Personal capacitado | 100% |
| Calidad en el servicio | 100% |
| Recomendado por los clientes | 100% |
| Minimizar el tiempo de ciclo de limpieza | 100% |

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones y recomendaciones

Durante el tiempo de implementación de este proyecto, fueron notorias las mejoras desarrolladas en el establecimiento hotelero. Una de las tareas más complejas fue corregir e implementar procesos, disminuyendo tiempo y optimizando insumos; y al mismo tiempo se logró brindar soporte al personal de limpieza y mantenimiento que labora en este lugar.

El haber diseñado un *Check-List* para el mejoramiento y cuidado en la limpieza e higiene de las habitaciones fue sin duda una experiencia de aprendizaje esencial para nuestro desarrollo profesional y laboral.

Este proyecto se diseñó con el fin de brindarle un mejor confort y seguridad al cliente, así como soporte al equipo de camaristas para que puedan realizar su trabajo en el menor tiempo, llevando un orden que le evitará realizar trabajos innecesarios.

Con esto se logró evitar quejas de los clientes, y se dejó a disposición del hotel poner en práctica el uso de este *Check-List* para reforzar al personal del departamento de Ama de Llaves, permitiéndole realizar su labor de trabajo y que de esta manera, el hotel siga consolidando el prestigio con el mejor servicio de calidad.

Para concluir, es indispensable mencionar que con la realización de este proyecto muchos de los elementos que componen nuestra formación académica fueron reforzados, logrando la satisfacción misma.

Referencia:

Americanum Universitas (2013). Texto recuperado: 20 de Marzo
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/mendez_s_g/capitulo2.pdf

Báez Casillas, S. (2005). *Hotelería*. Séptima edición. México: patria

Hernández Castillo, C. (2010). *Calidad en el servicio*, Primera edición. México: trillas.

Molina González, A. (2011). *Experiencia sobre el mantenimiento hotelero*, Edición electrónica gratuita. Texto recuperado el 20 de Marzo 2013 de www.eumed.net/libros/2011b/946/

Ramírez Cavassa (2003). *Gestión administrativa para empresas turísticas*. Segunda edición. México: trillas

Servicio de Habitaciones. *Instituto costarricense de turismo para el programa de asistencia a Hoteles*. Texto Recuperado: 18 de Marzo 2013 www.Visitcostarica.com

Torres Sánchez, M. (2006). *Limpieza y Puesta a Punto de Habitaciones y Areas de Pisos*, Primera Edición. México: Ideas propias

**Investigación de mercado para la oferta de servicio de bebidas en una
empresa de alojamiento en el municipio de Navojoa, Sonora**
Ana Gabriela Mendoza Bedolla, gabimndza@hotmail.com & Oscar Arturo García
Ibarra

Resumen

La investigación de mercados es el medio a través del cual un empresario conoce las necesidades y deseos de sus clientes para con ello satisfacerlos, así como también identificar las oportunidades de mejoras que puedan realizar en las empresas. En el presente trabajo se desarrolla una investigación de mercados realizada mediante un proceso de nueve pasos con la finalidad de conocer si es viable o no el crear un establecimiento de bebidas en una empresa de alojamiento de la ciudad de Navojoa, Sonora, arrojando esta un resultado positivo con el cual el empresario tendrá una base para la toma de decisiones finales de su idea de negocio.

Antecedentes

La mercadotecnia es una actividad humana que está relacionada con los mercados, significa trabajar con ellos para actualizar los intercambios potenciales con el objeto de satisfacer necesidades y deseos humanos, fue desarrollada a mitad del siglo XIX y se creó con un objetivo que es satisfacer las necesidades del consumidor para ello es necesario conocer lo que este necesitaba mediante una investigación de mercados.

La investigación de mercados es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo mediante información que sirve para identificar y definir las oportunidades y los problemas de mercadotecnia; generar, afinar y evaluar las acciones de mercadotecnia; monitorear el desempeño de la mercadotecnia y mejorar la comprensión de la mercadotecnia como un proceso.

La investigación de mercados es fundamental para conocer las necesidades del consumidor y con ello poder satisfacerlo; muchos empresarios deciden no realizar investigaciones de mercados para ahorrarse un poco lo cual en ciertas ocasiones les resulta perjudicial para su empresa y terminar perdiendo más de lo que pudieron ahorrarse.

Es importante que se considere necesario realizar investigaciones de mercados al querer lanzar un nuevo producto o al querer implementar un nuevo servicio en dichas empresas para conocer qué es lo que piensa su mercado y tener una idea de si sería o no exitoso ante sus clientes.

Existen diferentes procesos para la realización de una investigación de mercados los cuales varían ya sea por el número de pasos o porque los nombres de cada paso cambian un poco pero al final todos sirven o funcionan para lo mismo, y nos llevan al mismo resultado.

Navojoa, Sonora cuenta con nueve empresas de alojamiento de las cuales una requirió de una investigación de mercados para conocer si a las personas que asisten a su hotel o sus posibles clientes les gustaría que en el área de la alberca se implemente un bar.

Planteamiento del problema

Las empresas viven expuestas en un entorno cambiante: tecnológico, económico, competitivo y sociocultural, esto les implica tener que tomar decisiones de forma continua y si no se dispone de la información adecuada y

precisa se corre el riesgo de que la decisión tomada no sea lo que la empresa esperaba por ello es necesario la realización de una investigación de mercados.

Existen empresas que a pesar de conocer los riesgos que corren al tomar decisiones que requieren de la realización de investigaciones de mercados previamente no lo hacen y deciden tomar el riesgo y seguir su intuición la cuál en la mayoría de las veces les es perjudicial.

En la ciudad de Navojoa es común que jóvenes y adultos visiten albercas de los distintos hoteles con fines recreativos y por ello un empresario de la empresa de alojamiento tuvo como opción el crear un bar en el área de la alberca del hotel, pensando en que sería un buen negocio atrayendo a una mayor cantidad de clientes y al mismo tiempo facilitaría a sus clientes el servicio de bebidas de una forma más cómoda.

El empresario tenía la idea pero quería saber si era viable o no su realización por lo que decidió que se realizara una investigación de mercado en la ciudad de Navojoa para con ella tener una base para tomar una decisión final a cerca de su idea de negocio.

Objetivo

Realizar una investigación de mercado en la ciudad de Navojoa, Sonora para una empresa de alojamiento de la localidad con la finalidad de conocer lo que piensan sus clientes ya sean frecuentes, ocasionales o potenciales a cerca de crear un bar en el área de la alberca.

Justificación

Toda empresa ya sea pequeña, mediana o grande, tiene como prioridad mantenerse en el mercado, si es posible como líder en el mismo, y generar ingresos por encima de sus costos con el fin de tener utilidades que le permitan ser un negocio rentable. Una de las cosas que el empresario debe tener a consideración para que esto suceda es el empleo de una investigación de mercado, ya sea si es empresa de nueva creación o tiene años funcionando, pues le permitirá detectar sus áreas de oportunidad y conocer las preferencias de sus actuales y posibles clientes ya que son ellos quienes mantienen a flote un negocio.

La información obtenida a través de una investigación de mercado suele ser confiable y debe ser utilizada como guía para el desarrollo de las estrategias empresariales.

Una investigación de mercado ayuda a identificar oportunidades en el mercado, si en lugar de identificar oportunidades, los resultados de la investigación le indican que no debe seguir con el plan de acción, entonces es el momento de hacer ajustes. Con la investigación se puede determinar si ha logrado las metas y los objetivos que se propuso al iniciar el negocio.

Si el empresario toma una decisión sin antes haber realizado una investigación de mercado corre el riesgo de fracasar y tener grandes pérdidas económicas así como también ver como su esfuerzo es desperdiciado y todo por no conocer lo que su mercado desea.

Marco teórico

La mercadotecnia es la filosofía orientada al cliente que se realiza e integra a través de una organización para servir a los consumidores más que a los competidores y alcanzar metas específicas.

Mercado meta es el grupo de clientes reales o potenciales dentro de un mercado de productos en particular, hacia el cual una organización dirige sus metas de mercadotecnia.

Se conocen diferentes tipos de mercado: mercado del consumidor, del productor o industrial, del revendedor, del gobierno y mercado internacional; las empresas tienen identificado geográficamente su mercado como: mercado internacional, nacional, regional, de intercambio comercial al mayoreo, metropolitano y local.

Competencia es la lucha entre vendedores que están en el mismo mercado meta, por compartir el mercado con clientes que tienen necesidades o deseos similares. La industria comprende las organizaciones que compiten por la demanda en mercados de interés.

La herramienta para escuchar a los clientes es la investigación de mercados, también ayuda a los gerentes en la toma de decisiones. Una investigación de mercados es realizada para conocer lo que el mercado meta desea y requiere tiempo y dinero, dos elementos casi siempre escasos.

Método

El presente trabajo detalla paso a paso de lo que trata una investigación de mercado enfocado a una empresa de alojamiento en el municipio de Navojoa, Sonora, la cual tiene como fin dar a conocer al empresario las personas que conocen o no conocen su hotel y si sería viable el ofertar un servicio de bebidas en el área de la alberca.

El proceso de la investigación consta de una serie de nueve pasos propuestos por Kinneary y Taylor (1998) de los cuales se espera obtener la información necesaria para cubrir las necesidades tanto del cliente como del empresario y con ello contar con un respaldo en cuanto a la toma de decisiones por parte del empresario, se eligió este método ya que es considerado completo y sencillo de comprender.

Pasos del proceso:

Paso 1. Determinar necesidades de información. Antes de proceder a realizar otros pasos, se debe tener información acerca de la empresa, de los clientes o potenciales clientes de la empresa.

Paso 2. Determinación de objetivo. En este punto se analiza el objetivo que se considera cumplir al realizar la presente investigación,

Paso 3. Diseño de la fuente. Es la guía de la recolección y análisis de datos.

Paso 4. Método de investigación de mercado. Es la forma mediante la cual se realizara la investigación. Por ejemplo: encuesta, focus group, entre otros.

Paso 5. Muestra. Toda investigación de mercado requiere de la selección de algún tipo de muestra, definir quién o qué será tomado como parte de la misma.

Paso 6. Recopilación de datos. Momento en el que se aplica la encuesta.

Paso 7. Recolección y procesamiento de datos. Recolectar los datos en un archivo para facilitar su interpretación.

Paso 8. Análisis de los resultados. Una vez tabulada la información se hace un análisis en el objetivo pactado en esta investigación para ver si se cumplió o no.

Paso 9.- Informe de resultados. El presente informe detalla los resultados obtenidos en la investigación de mercado que tiene como objetivo, conocer que piensan las personas de la Ciudad de Navojoa de crear un establecimiento de bebidas en el área de la alberca de una empresa de alojamiento de Navojoa, Sonora.

Resultados y discusión

La persona que asistió a darnos la información que necesitábamos fue el dueño la empresa de alojamiento, el cual desempeña el puesto del encargado del Hotel que todo esté en orden y que funcione todo bien y lo más importante que sus clientes estén conforme con el servicio que les ofrecen.

La empresa de alojamiento empezó a operar desde el año 1959, el cual estaba a cargo por otra familia y ellos comenzaron a operar en el año 1969, y desde 1959 las instalaciones han sido las mismas hasta hoy en día, cuando

empezó su ocupación era alta pero de 1970 a 1989 bajo un 90% por la competencia. En ese tiempo el Hotel se daba a conocer por distintos medios, cartelones, radio, publicidad impresa. Cuentan con 25 empleados, los servicios que ofrece son hospedaje, restaurante, área infantil, alberca y disco.

Lo que espera el empresario de esta investigación de mercados es saber si a las personas en el mercado de Navojoa les gustaría que se abriera un establecimiento de bebidas en el área de la alberca del Hotel, en base a los resultados obtenidos de esta investigación el dueño será quien tome las decisiones necesarias.

El objetivo de esta investigación es conocer que piensan las personas de la Ciudad de Navojoa de crear un establecimiento de bebidas en el área de la alberca de una empresa de alojamiento de Navojoa, Sonora.

Para la realización de la investigación de mercado nos basaremos en información proporcionada por el propietario de la empresa de alojamiento, personal que labora en él, clientes activos y potenciales, esta vendría siendo nuestra fuente primaria de la cual partiremos para la realización de encuestas y planteamiento de objetivos.

Como fuente secundaria se tomara en cuenta información de INEGI, esta nos facilitara el proceso de identificar la segmentación demográfica y en base a esta se obtendrá la muestra a encuestar que en este caso sería a personas de quince años en adelante y personas con un ingreso mayor al de 2 salarios mínimos.

El datos obtenido por INEGI Censo de población y vivienda 2010 corresponden a Población total en Navjoa 157,729, ocupando el 25.2% la población de 15 a 30 años entre hombres y mujeres, siendo esta la información requerida para proceder con la investigación.

Para realizar esta investigación de mercado a la empresa de alojamiento el método que se utilizó es la encuesta que a diferencia de los otros métodos es la más común, ya que ofrecen una información más detallada sobre las exigencias o sugerencias de los clientes, dicha encuesta será aplicada en puntos de intersección en puntos de afluencia.

Se determinó la muestra a través de la fórmula para poblaciones finitas, en donde se considera el universo de 128, 417 personas que son mayores de 15 años edad en adelante, dichos se obtuvieron directamente del censo realizado por INEGI 2010 en el municipio de Navjoa, una vez aplicada la formula arroja un resultado de 246 encuestas a aplicar.

La encuesta se aplicó de manera aleatoria en distintos lugares de la ciudad de Navjoa, Sonora, enfocándose al mercado que va dirigida la encuesta como se puede apreciar en la tabla 1 que se muestra a continuación:

Tabla 1. Recopilación de datos de encuesta

| | Edad: 15-25 | | Edad: 26-35 | | Edad: 35-49 | | Edad: +50 | |
|--------------|----------------|----|----------------|----|----------------|----|--------------|----|
| | M | H | M | H | M | H | M | H |
| SEXO | | | | | | | | |
| LUGAR | | | | | | | | |
| PLAZA | | | 12 | 12 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| MERCADO | | | | | 10 | 10 | 10 | 10 |
| UNIVERSIDAD | | | 25 | 25 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| PREPARATORIA | 30 | 30 | | | | | 1 | 1 |
| BOLICHE | | | | | 8 | 10 | 6 | 6 |

Fuente: Elaboración propia.

Para determinar los datos de la presente investigación se tabularon las encuestas aplicadas, vaciando la información en un documento de Excel, el cual facilitó el análisis y comprensión de los resultados obtenidos.

El objetivo que es conocer que piensan las personas de la Ciudad de Navojoa de crear un establecimiento de bebidas en el área de la alberca de una empresa de alojamiento de Navojoa, Sonora el cual se cumplió satisfactoriamente.

Primeramente se determinó la muestra de 246 personas, resultado total de la población de mayores de 15 años que habitan en la ciudad de Navojoa considerando el universo un total de 128, 417 personas proporcionado por INEGI 2010.

Los siguientes resultados de 246 personas encuestadas, el 100% de los resultados obtenidos son los siguientes: a manera de informe, el total de las encuestas realizadas fueron el 55% personas de 15 a 25 años, el 18 % de 26 a 35 años, el 17% de 36 a 49 años y el 10% restante de 50 años y más. De las cuales el 54% fueron de sexo masculino y el 46% fueron de sexo femenino.

Con respecto a la pregunta a las personas acerca de si conocen la empresa de alojamiento fueron un 93% el que respondió que sí y el 7% restante dijo no conocerlo, donde el 93% representa al 100% dentro de las respuestas que se analizan a continuación.

Un 81% han asistido mientras el otro 19% no ha asistido al hotel. El área más visitada en hotel del rancho es la alberca con un 46%, el 31% ha asistido solo al restaurante, 15% en hospedaje y el restante 8% a eventos sociales. Entre los

servicios con los que cuenta hotel del Rancho las personas dijeron conocer más la alberca con un 36%, con 32 % el restaurante, el 13% el lugar donde se realizan los eventos, 10% el servicio a habitación, 8%el salón de reuniones, un el gimnasio .80% y el restante .20% conocer otros como el casino.

En las visitas a hotel del Rancho el 60 % dijo asistir solo en temporada de verano, el 29% a otros como por ejemplo una vez al año o cada dos años, el 10 % dijo ir cada mes y el restante 1% ir cada semana, los cuales el 88% dijo que si les agrada la idea de un bar a lado de la alberca mientras el otro 12 % dijo que no.

La mayoría de las personas prefirió el nombre de “La cascada” con un 53%, un 31% prefirió “La noria”, el 8 % prefirió el nombre de “El apache” y el otro 8 % el nombre de “La mula”. Dentro de la oferta de bebidas, el 48 % dijo que preferían que se vendieran bebidas preparadas y cerveza, el 35% dijo que cerveza y el 17% que solo bebidas preparadas.

El 69% dijo que se vendieran snacks, un 17% dijo que alimentos y 14% que ninguna de las dos, el 58% dijo que estarían dispuestos a pagar entre \$101 y \$200, el 30% de \$50 a \$100 mientras que el 12 % dijo que estarían dispuestos a gastar más de \$200.

En los medios de publicidad por los cuales quisieran enterarse de promociones e información que la empresa de alojamiento pueda proporcionar opinaron que 22% sea por medio de Facebook, un 19 % opino que por páginas de internet, 17% desea enterarse por medio de radio, 16 % por periódico, 13 % por correo electrónico y el restante 13% por medio de volantes.

El propósito fundamental de esta investigación es conocer la viabilidad de crear un establecimiento de bebidas en una empresa de alojamiento en la ciudad de Navojoa, el cual se cumplió satisfactoriamente; a continuación se muestran los resultados arrojados de las encuestas aplicadas:

El 81% de las personas encuestadas contestaron que sí asisten a la empresa de alojamiento, siendo la mayoría las que visitan la alberca, el 88% de las personas dieron una respuesta positiva para la creación de un establecimiento de bebidas en el área de la alberca y estarían dispuestos a pagar entre \$100 y \$200 por visita.

Conclusiones y recomendaciones

La cantidad de hoteles en Navojoa se ha triplicado y la competencia se ha vuelto cada vez es más difícil, sin embargo mantener un hotel es trabajo de todos los días en donde se debe mantener una línea de trabajo constante para darle solución rápida a los problemas presentados y con ello brindar un mejor servicio al cliente.

Es importante la continua remodelación de los hoteles ya que los tiempos cambian y con esto las exigencias del consumidor, después de conocer el resultado el empresario podrá tomar la decisión que mejor le parezca, en los resultados finales podemos observar que es viable el crear un establecimiento de bebidas en la empresa de alojamiento y con ello cumplimos el objetivo de esta investigación.

Con esta investigación se concluye que los clientes piensan que es una buena idea el ofertar un servicio de bebidas en la empresa de alojamiento, están dispuestos a asistir y consumir en el lugar, sobretodo en época de verano.

Referencias

- Fisher de la Vega, L. (1993). Mercadotecnia. México. McGRAW-HLL INTERAMERICANA DE MÉXICO, S. A. de C. V.
- Czinkota, R., Michael & Kotabe M. (2001). Administración de mercadotecnia. México. Thomson Editores S. A. de C. V.
- Cravens, K., Hills, D. y R. & Woodruff, C. (1993). Administración en mercadotecnia. México. COMPAÑIA EDITORIAL CONTINENTAL, S. A. de C. V.
- Gómez González, C. E. (2009, 7 de enero). Investigación de mercados. Recuperado de: <http://www.crea.udg.mx/handle/123456789/192>
- Conceptos de mercadotecnia. Recuperado el 15 de febrero de 2013 desde <http://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r82481.PDF>
- Salazar Coronel, A., Aceves López J. N., Valdez Pineda D. I. Importancia de una investigación de mercado. Recuperado de: http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no71/49a._importancia_de_la_investigacion_de_mercado_nx.pdf
- Metodología de la investigación. Recuperado el 20 de abril de 2013 desde http://caterina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/garcia_p_jr/capitulo3.pdf

Parte VI

Mejora continua

Implementación del sistema Camban en una empresa maquiladora de arneses Hiram Jossue Morales Chavez, Hiram Morales Chavez & Rubén Varela Campas

Resumen

Esta investigación trata de demostrar el cambio benéfico que surge en una industria maquiladora al implantar la metodología Kanban. Dicha industria cuenta con una gran cantidad de problemas que hacen el trabajo sea más pesado y rutinario para los operadores y trabajadores en general. El fin es determinar si con la implementación del sistema Kanban se logrará la reducción del tiempo muerto que se genera en las máquinas de corte del área de producción y de esa manera mejorar el proceso productivo, la calidad del producto y el ambiente laboral. En dicho trabajo se hará una investigación acerca del tema implicado desarrollando los temas teóricos de mayor importancia y los temas que sirvan de apoyo para la aplicación del mismo.

Antecedentes

La información que se presenta en este trabajo fue una investigación realizada en la fábrica maquiladora SECOSA ubicada en la colonia Tetanchopo en Navojoa Sonora. Dicha fábrica se dedica a la fabricación de autopartes, arneses automotrices y su principal cliente es Chrysler "Jeep", por parte del grupo Yazaky, cuenta con un número de 2150 empleados y se trabaja en dos turnos. El problema que tiene la empresa se encuentra en el área de producción y es aquí en donde se aplicará la metodología Kanban para la solución del problema.

El área de producción de una empresa manufacturera se ocupa específicamente de la actividad de producción de artículos, es decir desde su diseño, fabricación y del control del personal hasta los materiales, capital y la información para el logro de sus objetivos.

El sistema Kanban, un sistema implementado en muchas de las plantas japonesas, conocido como sistema de "pull" o jalar¹, tiene sus propias

características a la hora de funcionar, pues las máquinas no producen hasta que se les solicita que lo hagan, de manera que no se generan inventarios innecesarios que quizá al final queden varados y no se vendan, ya que serían excedentes de producción.

El sistema de producción de "jalar" está soportado por el Kanban, una metodología de origen japonés que significa "tarjeta numerada" o "tarjeta de identificación".

Planteamiento del problema

Actualmente en la empresa no se cuenta con un sistema de surtido de las máquinas de corte hacia el almacén lo cual hace que el operador se obligue a detener la máquina por falta de material y esto hace que se genere tiempo muerto ya que no está estandarizado el pedido de material.

Objetivo

Implementar un sistema de surtido de las tiendas de corte (material de corte) a la tienda de almacén, aplicando la metodología del sistema Kanban; para proponer mejoras e implementarlas evitando tiempo muerto y trabajar de manera eficiente.

Justificación

El proyecto ya mencionado se está llevando a cabo porque se detectó que la producción en el área de líneas no contaba con material suficiente

proveniente del área de corte ni la información que asegure el establecimiento del material, con el propósito de evaluar la situación actual de la planta es necesario una implementación de metodologías o mejorar el actual sistema.

Marco teórico

El sistema Kanban se originó en la empresa Toyota, donde tuvo que modificar su sistema de producción al darse cuenta que padecía de muchos problemas, principalmente, en cuanto a desperdicio, sobreproducción e inventarios. Para tratar de dar solución a este problema, Toyota estudió y clasificó el desperdicio (esto serviría para poder establecer, más adelante, las reglas de Kanban). Hasta inicios de la década de los 50, muchas empresas japonesas, para producir, realizaban pronósticos sobre la demanda y, según los resultados, colocaban los productos.

Según García (1998), en muchas ocasiones producían más de lo exigido por el público. El mercado no era capaz de consumir tales cantidades, y la clientela no se sentía satisfecha, puesto que sus gustos y preferencias no eran tenidos en cuenta. Se producía el denominado "*efecto látigo*": *mayor producción, más stock y menor servicio*. Para hacer frente a este problema, ingenieros japoneses hicieron un viaje de estudio en los Estados Unidos, allí observaron la forma de funcionar de los supermercados y descubrieron dos sucesos de importancia:

- Las secciones del supermercado presentan una capacidad limitada de productos, puesta a disposición de los clientes.

- Cuando estos productos alcanzan un nivel mínimo, el responsable de la sección saca los productos del almacén y repone la cantidad que ha sido consumida.

Los japoneses interpretaron el hecho de que una sección de productos (o un contenedor) esté vacía, como una orden (orden de reposición de productos). Esto despertó en ellos la idea de una tarjeta o etiqueta de instrucción (en japonés: KANBAN) en la cual se muestre la tarea a efectuar; y posteriormente, la idea de una nueva técnica de producción, una producción a flujo tenso, en la cual un producto es enviado hacia un puesto de trabajo sólo cuando la orden ha sido emitida por este puesto de trabajo.

Desde entonces esta técnica se desarrolló muy rápidamente en Japón, específicamente en la empresa TOYOTA y comenzó a funcionar bien desde 1958. La generalización de esta idea al sistema de producción devendría en el sistema Kanban. Según Bracca, (2011) Todos los niveles de la organización deben comprender los fundamentos de Kanban, sus beneficios y su razón de ser. Si no participan en forma activa, se verán afectados por los cambios que se van presentando.

Reglas del sistema Kanban.

Según Schonberger (1983) las siete reglas básicas que controlan el sistema Kanban son muy sencillas, pero importantes. Cualquier violación ocasionará distorsiones en el sistema con el desperdicio correspondiente en materiales y mano de obra. El primer paso en la implantación de un sistema Kanban es poner por escrito las reglas de operación que lo controlan. Se recomienda que los

trabajadores involucrados en él entiendan claramente sus reglas antes de utilizarlo.

- **Regla 1: El Kanban debe moverse sólo cuando el lote que él describe se haya consumido.** Esta regla exige que el proceso subsecuente tome las partes necesarias del proceso anterior en las cantidades necesarias y en el momento preciso en que se requieren. El proceso subsecuente debe solicitar más partes al precedente sólo después de que se hayan consumido todas las que el Kanban describía.
- **Regla 2: No se permite el retiro de partes sin un Kanban.** El Kanban es el único conducto para permitir el movimiento de partes de un proceso precedente a uno subsecuente. Ningún proceso precedente puede mover las partes sin que lo autorice la solicitud de algún Kanban.
- **Regla 3: El número de partes enviadas al proceso subsecuente debe ser exactamente el especificado por el Kanban.** El proceso precedente no debe emitir un Kanban con base en un número incompleto de partes. Debe tener la cantidad exacta definida por él.
- **Regla 4: Un Kanban debe de acompañar siempre a los productos físicos.** El Kanban es una carta viajera, y siempre viajará sola del proceso subsecuente al precedente, para solicitar nuevas partes. Pero una vez que el trabajador lo pega a un nuevo lote de partes, la tarjeta debe viajar con él hasta que la última parte se haya usado.
- **Regla 5: El proceso precedente siempre debe producir sus partes en las cantidades retiradas por el proceso subsecuente.** Esta es una regla del

sistema Justo a Tiempo. Los procesos nunca deberán sobre producir partes, pues esto significa un desperdicio de mano de obra y materiales.

- **Regla 6: Las partes defectuosas nunca deben ser enviadas al proceso subsecuente.** Esta regla atiende a la calidad de las partes que el Kanban mueve. En un sistema Justo a Tiempo existe la necesidad absoluta de mantener un alto nivel de calidad en la producción de partes y subensambles.
- **Regla 7: El Kanban debe ser procesado en todos los centros de trabajo de manera estricta en el orden en el que llega a éstos.** Cuando un centro de trabajo tiene en su buzón de entradas diversos Kanban de diferentes procesos, los operarios de ese centro de trabajo deben darles servicio a los Kanban en el orden en que han ido llegando.

A partir del nivelado de la producción se elaboran los programas que indican las cantidades y el orden con que los productos deben atravesar la línea de montaje final (Delgado, 2000).

En un sistema JIT, las líneas de fabricación que abastecen de componentes a los puestos de montaje se coordinan con dichos puestos mediante un sistema de información que permita reponer las piezas que se consumen en el montaje final.

Método

Este trabajo fue una investigación realizada en la fábrica maquiladora SECOSA ubicada en la colonia Tetanchopo en Navojoa Sonora. Dicha fábrica se dedica a la fabricación de autopartes, arneses automotrices y su principal cliente es Chrysler “Jeep”, por parte del grupo Yazaky, cuenta con un número de 2150 empleados y se trabaja en dos turnos. El problema que tiene la empresa se encuentra en el área de producción y es aquí en donde se aplicará la metodología Kanban para la solución del problema. La investigación se enfoca en el área de producción en las tiendas de corte y comprende desde el área de corte de circuitos hasta el almacén de la empresa y se está monitoreando el flujo del surtido de cable.

Materiales.

Los materiales necesarios para este estudio son:

- Se utilizan cámaras de video para grabar las rutinas de los surtidores de esa manera checar los tiempos que se hacen y mejorarlos eliminando rutinas innecesarias para minimizar el tiempo de esa manera eliminar tiempos muertos.
- Listas de verificación en donde se anota el lapso de tiempo de pedido de material una vez ya cronometrado de varias actividades del surtidor, a su vez contiene un espacio para hacer anotaciones correspondientes a las anomalías de las rutinas, es decir, los tiempos ociosos justificando las actividades en que se aplicaron.

- Cronómetro para tomar el tiempo en que se tarda en hacer el pedido y se toma el tiempo que se tarda en surtir, así como también el tiempo de espera del material en el área de almacén ya que el surtido hace el pedido del cable en almacén y se toma el tiempo que tardan en buscar y surtir al cable.
- También se utiliza el software de Microsoft Office (Excel) en donde se hacen cálculos de acuerdo a la información arrojada por las hojas de verificación, una vez hecho esto se realizan distintos tipos de gráficas como dispersión o barras para analizar las variaciones y actuar con evidencia en la toma de decisiones.
- Se utiliza la cámara fotográfica para obtener imágenes de las rutinas de los surtidores y establecer los métodos gráficos de trabajo para que los surtidores se comprendan de manera más sencilla la forma en que deben implementar la metodología Kanban.

Procedimiento

Estudio de tiempos (sistema actual).

- En este punto se hace una toma de tiempos en las máquinas de corte para tener un registro del tiempo que tarda la máquina sin trabajar por la falta del material (cable) y determinar tiempos muertos.
- Se le tomó el tiempo a la rutina de surtidor de cables para determinar el tiempo estándar en que tarda en cubrir el pedido.
- Se le tomó el tiempo a los surtidores de almacén los cuales se encargan de abastecer con tambos de cable a los surtidores de máquinas.

Implementación de tarjetas Kanban.

Después se implementaron las tarjetas Kanban de surtido de acuerdo a la cantidad de cables que procesa cada máquina y se le asignó un color en particular, esto es para diferenciar que cada surtidor tiene un color en particular y solo tiene que atender a las máquinas que lo manejan.

Capacitación del personal.

El siguiente paso fue capacitar tanto al operador de las máquinas de corte como al surtido de cables, en cuanto como debe ser la rutina de pedido del material así como la secuencia que debe seguir en el traslado del material y los pasos para solicitar el cable en almacén; también se les dio capacitación a los trabajadores que se encargan de surtir el cable en el área de almacén de cómo debe ser la secuencia de los pasos para poder darle entrada y salida a los tambos de cable sin generarse cuellos de botella y, de esa manera, trabajar de forma más eficiente.

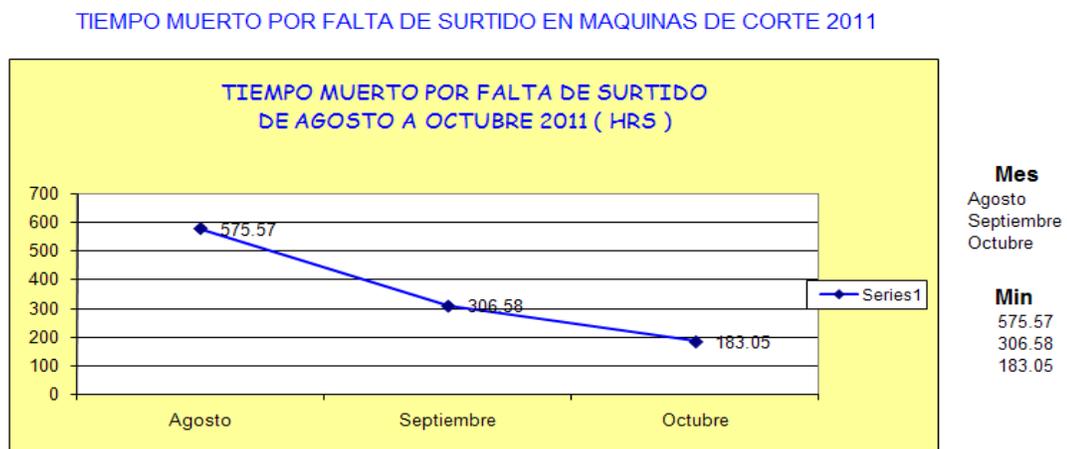
Resultados

Seguimiento del sistema propuesto.

Se verifica que los involucrados en la implementación, operadores y surtidores, sigan correctamente cada una de sus indicaciones y reglas. La finalidad en el seguimiento es crear, como dicen los mismos trabajadores, una nueva costumbre de hacer sus rutinas, a su vez con una mayor efectividad. Los resultados son claramente positivos y se pueden ver en las gráficas 1 y 2:

En la gráfica 1 de manera general representa el tiempo muerto por falta de surtido de máquinas representado en minutos correspondientes a los meses de agosto, septiembre y octubre. Los porcentajes de optimización son los siguientes: En los meses agosto - septiembre hubo una reducción del 46.73 %, septiembre - octubre hubo una reducción del 40.29 % y en agosto - octubre notablemente hubo reducción del 68.19 %.

Gráfica 1. Tiempo muerto mensual



Fuente: Elaboración propia

De manera particular se muestra la variación que tuvieron las máquinas después de un mes de la implementación del sistema Kanban. La reducción del tiempo muerto en las máquinas de corte fue la siguiente:

En la máquina CY-06 fue de 57.76 %.

En la máquina CY-11 fue de 66.6 %.

En la máquina CY-20 fue de 49.6 %.

En la máquina CY-02 fue de 20.88 %.

En la máquina CY-09 fue de 68.08 %.

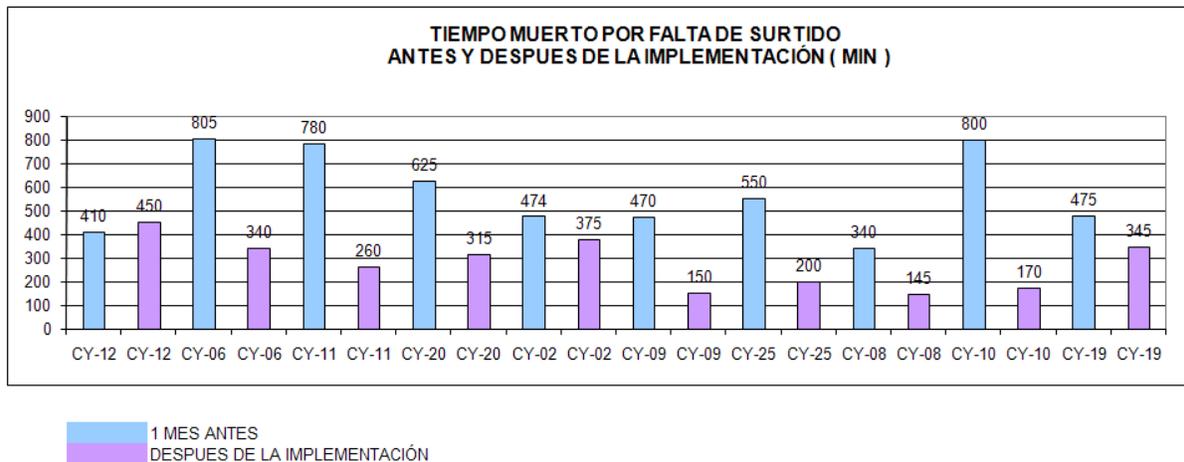
En la máquina CY-25 fue de 63.63 %.

En la máquina CY-08 fue de 57.35 %.

En la máquina CY-10 fue de 78.75 %.

En la máquina CY-19 fue de 27.36.6 %.

Gráfica 2. Tiempo muerto por máquina.



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones y recomendaciones

A lo largo de esta investigación se analizaron problemáticas que ayudan a entender la definición, clasificación e implementación del sistema Kanban, a su vez las ventajas que tiene y su importancia para elevar la productividad en las plantas de producción para mantenerse competitivas esta época de globalización. Kanban es la solución para muchos problemas, aun así su implementación no es fácil, debe hacerse cuidadosamente realizando cada uno de sus procedimientos, respetando y siendo estricto con sus reglas, se requiere de paciencia, compromiso y dedicación, integrando a todo el personal o

solamente de producción sino también de la administración. Por lo visto en la investigación, se pone en evidencia los principios de base de un ciclo Kanban.

Esta herramienta es un compromiso que se adquiere tanto por la empresa como por el trabajador, para lograr juntos los objetivos que cada uno de ellos posea, ya que si no se crea este compromiso, será imposible adquirir el hábito de la aplicación de esta metodología. Además es importante fomentar el apoyo mutuo entre la empresa y el trabajador, es decir: la empresa para obtener beneficios de productividad es necesario ofrecerle al trabajador cursos de capacitación en los cuales se den a conocer los mejores métodos de trabajo, herramientas y conocimiento generales que sean de gran valor al desarrollar sus actividades.

Referencias

- García A. (1998). Conceptos de organización industrial. Editorial MARCOMBO, S.A. España.
- Schonberger J. (1983). Applications of Single and Dual card Kanban. Editorial Board/ Interfaces.
- Bracca C. (2011). La Gerencia Moderna: *Kanban*: el sistema de señales de Toyota. Recuperado de:
<http://www.gerenciaindustrial.com/ampliarNota.php?id=139>
- Delgado J. (2000). Las Técnicas Justo A Tiempo Y Su Repercusión En Los Sistemas De Producción. ETSI Industriales

“Memorias del Primer Encuentro Nacional de Economía y Finanzas” se terminó de editar en noviembre del 2013 en el Instituto Tecnológico de Sonora, poniéndose en línea en la página: www.itson.mx/publicaciones.



ITSON
Educar para
Trascender

